

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ  
ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра культурології та міжкультурних комунікацій

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на здобуття освітнього ступеня «бакалавр»  
на тему:

**ВПЛИВ УКРАЇНСЬКИХ КУЛЬТУРНИХ ПРАКТИК НА ФОРМУВАННЯ  
СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ**

**Виконала:**

студентка 4 курсу групи БКР-31-9  
спеціальності:034 «Культурологія»  
Белець Світлана Петрівна

**Науковий керівник:**

доктор культурології, професор  
Овчарук Ольга Володимирівна

**Рецензент:**

кандидат культурології, доцент кафедри  
філософської антропології, філософії  
культури та культурології

Українського державного університету  
імені Михайла Драгоманова

Соболевська Світлана Олександрівна

Допустити до захисту  
Протокол засідання кафедри  
від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р. №\_\_  
Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(\_\_\_\_\_) \_\_\_\_\_

Київ-2023

## АНОТАЦІЯ

### **Белець С. П. Вплив українських культурних практик на формування сучасного інформаційного простору.**

Дипломна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 034 «Культурологія». Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Міністерство культури та інформаційної політики України, Київ, 2023. Структура роботи: 3 розділів, 7 підрозділів, 55 джерело.

Дипломна робота присвячена дослідженню сучасного інформаційного простору України. Досліджено поняття інформаційного простору та елементів, які його формують, галузі науки, що вивчають та які небезпеки створюються суспільством. Проаналізовано як історично формувався український інформаційний простір. Виявлено вплив суспільного дискурсу на інформаційний простір. Досліджено медійну культуру, яка створила масове споживання медійного продукту та створення нових форм медіа-мистецтва. Та розглянуто політичний вплив на український інформаційний простір. Досліджено та проаналізовано пропаганду та її вплив на українське суспільство та методи протидії.

**Ключові слова:** інформаційний простір, інформаційне суспільство, інформаційна культура, медіа-простір, пропаганда, дезінформація.

## ЗМІСТ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>АНОТАЦІЯ .....</b>   | <b>2</b>  |
| <b>ВСТУП .....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА ІСТОРИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ .....</b>      | <b>6</b>  |
| 1.1 Понятійний апарат дослідження .....                               | 6         |
| 1.2 Шлях становлення інформаційного простору незалежної України ..... | 11        |
| <b>РОЗДІЛ 2 КУЛЬТУРНІ ПРАКТИКИ В СУЧАСНОМУ МЕДІА-ПРОСТОРИ</b>         |           |
| 2.1 Суспільний дискурс в інформаційному просторі .....                | 20        |
| 2.2 Культура повсякдення у медіа-просторі .....                       | 26        |
| 2.3 Вплив влади на інформаційний простір України .....                | 33        |
| <b>РОЗДІЛ 3 ПРОПАГАНДА ЯК СПОСІБ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ .....</b>      | <b>35</b> |
| 3.1 Інструменти впливу пропаганди в російсько-українській війні ..... | 35        |
| 3.2 Методи протидії ворожій дезінформації .....                       | 42        |
| <b>ВИСНОВКИ .....</b>   | <b>48</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>                               | <b>51</b> |

## ВСТУП

**Актуальність теми** дипломної роботи полягає в тому, що ХХІ століття став початком нової епохи у світі - цифрової. Інформаційний простір став частиною суспільного життя. Людина стала частиною інформаційного простору. Вона є творцем та споживачем інформаційного продукту. Але рано чи пізно будь-яка інформація стає застарілою. Вона постійно оновлюється та трансформується. Що зумовлює постійний розвиток інформаційного простору, а разом з тим і потребу його постійного дослідження.

Інформаційний простір досліджували такі світові вчені, як: Макс Буазо (Max Boisot), Грегори Ньюбі (Gregory Newby), Джейсон Вітроу (Jason Withrow), Деніел Белл (Daniel Bell).

Україна, як і більшість країн світу, має інформаційний простір, який розвивався протягом всієї історії. Станом на сьогодні Україна увійшла до нового етапу розвитку інформаційного простору, яка несе у собі зміни для цілої країни.

Український інформаційний простір досліджувала Оксана Буньківська. Саме через давнє дослідження та майже не досліджено з точки зору культурології необхідно провести дослідження.

**Мета дослідження** - вплив культурних практик на інформаційний простір

**Об'єкт дослідження** - сучасний інформаційний простір України.

**Предмет дослідження** - вплив культурних практик на формування сучасного інформаційного простору України.

Згідно мети сформульовано наступні **дослідницькі завдання**:

- дослідити поняття та історію інформаційного простору;
- вивчити причини розвитку інформаційного простору в Україні;
- проаналізувати суспільний дискурс та його вплив на інформаційний простір;
- з'ясувати взаємовплив культури та мистецтва з інформаційним простором;
- проаналізувати вплив політики на інформаційний простір;
- з'ясувати появу пропаганди в українському інформаційному просторі під час

Російсько-української війни та її вплив на українське суспільство;  
- дослідити які існують методи протидії.

**Практичне застосування результатів:** дану роботу можна використовувати для дослідження та написання тез, статті, для підготовки до семінарів. Дана праця може опрацьовуватися в наступних спеціальностях: «Журналістика», «Історія», «Соціологія», «Політологія» та «Культурологія».

**Структура:** дипломна (бакалаврська) робота складається зі вступу, змісту, 3 розділів, 7 підрозділів, висновків та списку використаної літератури. У списку літератури 55 пунктів. Основний текст складається з титульної сторінки, вступу, анотації, основної частини (3 розділи) та висновків. Основна частина складається з 50 сторінок. Список літератури 7 сторінок

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ТА ІСТОРИЧНІ ЗАСАДИ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

### 1.1 Понятійний апарат дослідження

XXI століття можна сміливо назвати новою епохою, де інформація має найбільшу цінність. Легендарна фраза Натана Ротшильда (нім. Nathan Rothschild), яку часто присвоюють Вінстону Черчиллю (англ. Winston Churchill), яка була сказана ще у XVIII столітті: «Володієш інформацією, володієш усім світом», фактично набула практичного значення. Поняття «інформаційний простір» вже став частиною суспільного життя.

Інформаційний простір досліджується з різних галузей науки. Це може бути: соціологія, філософія, політологія, інформаційні технології, журналістика, культурологія, фізика та інші. Є багато світових імен, які присвятили себе саме дослідженню цього явища: Макс Буазо (Max Boisot, *Information Space: A Framework for Learning in Organizations Institutions and Cultures*, London: Routledge (1995)), Грегори Ньюбі (Gregory Newby) [53], Джейсон Вітроу (Jason Withrow) [54]. До міжнародних інституцій належить Лабораторія комп'ютерних наук та штучного інтелекту (при науково-дослідному інституті Массачусетського технологічного інституту), де і працюють (працювали) науковці. Подібних установ в Україні наразі немає.

Існують безліч версій виникнення інформаційного простору. І точний назвати важко. Розглянемо три популярні версії:

- До першої відносять появу перших наскельних малюнків. Перші малюнки було зафіксовано у печері Ласко, що знаходиться на території сучасної Франції, вони датуються XVIII-XV тисячоліттям до нашої ери. Ці візуальні символи передавали власний досвід полювання на диких тварин від одного покоління до іншого. Таким чином вони утворили первісний образ інформаційного простору до появи писемності.

- До другої можна віднести винайдення друкарства. Саме друкарство дуже сильно спростило у передаванні та отриманні інформації, адже текст з'являвся швидше, його було можливо прочитати (бо рукописний текст частіше за все не могли правильно прочитати або переписати) і це спричинило підвищення рівня грамотності у населенні. З часом це передалося до видавництва газет. Новини стають звичкою повсякденного життя і суспільство має можливість дізнатися про події майже відразу, а не через кілька днів, тижнів чи років. Також газети утворюють перше уявлення про ЗМІ та медіапростір, який матиме важливе значення у майбутньому. Саме тому інформаційний простір дуже часто відносять до журналістики.

- І остання — це технологічна складова, а точніше поява та поширення всесвітньої мережі, простіше кажучи інтернет. Початок цифрової епохи у світі розпочався з 1990-х років через масове використання інтернету, який з'явився завдяки Леонарду Кляйнроку, Дональду Девісу та Полу Бенеру в 1969 році, вони є прабатьками сучасного інтернету. З цього моменту інформаційний простір майже повністю повстав у цифровому вигляді та перебуває у стані постійного розвитку. Його вже називають глобальним інформаційним простором та розглядають переважно як елемент технологічних спеціальностей.

Якщо коротко, то інформаційний простір (за загальним визначенням) — це семантична діяльність людства. Інформаційний простір оточує нас скрізь — на вулиці, в транспорті, на роботі, навчанні чи дома. Це може бути книга, журнал, документи, файли, що знаходяться на наших гаджетах, допис у соціальних мережах, музика, фільм, серіал, випуск новин, улюблений блог та багато іншого, що є дуже звичним для суспільства. Відомими науковцями з саме цього питання стали: Маршал Маклюен, Ніклас Луманн, Майкл Фуко, Юрій Лотман, Жан Бодрійяр та інші.

Загальна енциклопедія тлумачить інформаційний простір так: «Сукупність інформації, інформаційної інфраструктури, суб'єктів, що здійснюють збір, формування, поширення і використання інформації, а також системи регулювання відповідних суспільних відносин, розглядається як

інформаційна сфера» [32]. Що може означати за існування конкретної інформаційної культури та інформаційного суспільства. Тобто інформаційний простір утворив інформаційну культуру, у якій інформаційне суспільство користується знаками, даними та інформацією. Де інформаційна культура означає взаємодію та маніпуляцію різними знаками, даними та інформацією для кращого сприйняття іншими. [3] А суспільство - це нова стадія розвитку людства, де інформація є основною цінністю у всіх видах буття, до якої належать економіка, політика та культура. [19]

За дисертаційною роботою О. Буньківської: «Під інформаційним простором ми розуміємо територію поширення інформації за допомогою конкретних компонентів системи інформації і зв'язку, і функціонування інформаційної діяльності має гарантоване правове забезпечення.» [5]

Деніел Белл розглядає інформаційний простір як систему знань, яка є цінною у сучасній економіці та покращує суспільне життя. [45]

За останніми поясненнями, можна розділити інформаційний простір територіально. І тому ми матимемо глобальний та локальний інформаційний простір. Під глобальним, мається на увазі інформаційний простір, який формує весь світ. Тобто, є простір, де кожен має вплив, де кожен може його видозмінювати. А під локальним — простір, який належить певній групі населення, як приклад країні. З цього пояснення робимо висновок, що Україна має власний простір. Український інформаційний простір — простір, який територіально знаходиться на території України, та доступ до нього мають громадяни України, гості, а часом і сусіди.

Інформаційний простір може складатися з таких частин як: медіапростір, соціокультурний простір та політичний простір.

Медіапростір — це досить глобальний простір, який формується на таких речах, як телебачення, преса, радіо та соціальні мережі. Вся інформація перетворюється на продукт споживання, який людина може як виробляти самостійно, так і отримувати його. Він повністю взаємодіє з просторами, що наведені вище.



Соціокультурний простір складається з двох частин: соціального та культурного. Під соціальним простором мається на увазі територія, на якій взаємодіють індивіди (соціуми). Культурний простір — це різні явища і форми культури, які існують у середовищі. Разом вони утворюють середовище, в якому соціум поділяє спільні принципи, звичаї, традиції, мистецтва, мають спільну історію. «Отже, під «соціокультурним простором» розуміється суспільство як єдність культури та соціальності, що виникають у процесі діяльності людини. При цьому ключовим елементом виступає особистість, що пов'язана з суспільством системою відносин і культурою як сукупністю цінностей і норм.»[46]

Політичний простір — це територія, яка керується конкретною формою влади. Вона може бути демократичною, диктаторською, монархічною. У своїй праці С. Кононенко надав своє тлумачення: «Політичний простір може витлумачуватися подвійним чином. У вузькому розумінні — це синтез рельєфу й політики; прошарок, в якому географічна та політична структури певної країни накладаються, а ландшафт набуває політичного значення; внутрішньополітичний вимір глобальної геополітичної конфігурації. У широкому розумінні — це вся сфера політики, розглянута під структурно-статичним кутом зору»[20]

Боротьба влади за контроль над інформаційним простором існував завжди. За приклад можна навести Холодну війну між США та СРСР. Лише за останні десятиліття ця боротьба і спричинила створення нових форм інформаційних загроз. Це намагання спричинило еволюцію ведення війни утворивши новий вид - інформаційну війну. Інформаційна війна — це боротьба за поширення потрібної точки зору у потрібному суспільстві. Її основними засобами можуть бути: дезінформація, пропаганда, ІІсО.

Дезінформація — це поширення неправдивої інформації для дестабілізації конкретного соціального середовища. Як приклад можна навести найпопулярнішу новину про те, що такі хвороби як СПІД та ВІЛ були розроблені американськими вченими як один з видів біологічної зброї. Як

пояснює українська громадська організація Детектор Медіа: “[...] дезінформація перебуває під умовною парасолькою пропаганди й завжди має негативний характер, тобто це завідома неправдива інформація, у якої завжди на меті нашкодити й робити це системно [...]» [48]

Термін «пропаганда» існував досить давно. «Пропаганда — поширення інформації, аргументів, чуток, напівправди чи брехні з метою впливу на громадську думку.» [55]. Вона використовується набагато активніше. У роботі С. Драбюк було представлено дану класифікацію, яка поки є найкращою:

1. залежно від спрямованості: внутрішня та зовнішня пропаганда, що спрямовувалася всередині та за межами країни;
2. залежно від сфери поширення: культурна (ідеологічні та політичні погляди через культуру та мистецтво), інформаційна (дезінформація, часто зустрічається), політична (має політичні та ідеологічні мотиви, спрямована в боротьбі за владу) та особистісна (через особисте спілкування);
3. залежно від ступеня правдивості інформації: правдива інформація (біла), частково спотворена інформація (сіра) та відверта брехня (чорна);
4. залежно від етапу: підготовча, активна та замовчування. [13]

Стандартною пропагандою від російських медіа на глобальний та локальний простір можна назвати наявність в Україні «неонацистів», «неофашистів», «бандерівців», «необандерівців» і цей список можна продовжувати ще довго.

ІІсО (Інформаційно-психологічна операція) — це спеціально створені новини з метою вплинути на емоційний стан людини, викликаючи паніку, страх, роблячи людину вразливою для подальшого інформаційного опрацювання. Яскравий приклад ІІсО є новина, ще на початку повномасштабної війни (24.02.2022) про мітки, які допомагають ворогу виявити ціль. Як виявилось згодом, то звичайні мітки для вузькоспеціальної зйомки, які не становили жодної загрози. Подібні операції проводить і Україна. Як приклад поширення новини про контрнаступ на Херсонщині протягом вересня 2022, але натомість звільнили майже всю Харківську область.

Отже, інформаційний простір — це складний феномен, який належить до безлічі галузей науки і має безліч пояснень, що прямо залежать саме від галузі дослідження. Інформаційний простір може бути як глобальним, так і локальним. Переважно його використовують для позначки мас-медійних елементів (ЗМІ) та повністю асоціюється з ним. Попри велику користь яку несе в собі інформаційний простір, він може нести і загрозу (інформаційна війна). Ця небезпека існує зараз, особливо під час російсько-української війни, де ще одним полем битви є глобальний інформаційний простір.

## **1.2 Історичне становлення та трансформація інформаційного простору незалежної України**

Історичний розвиток інформаційного простору України можна умовно поділити на чотири етапи, кожен з яких припадає на нове десятиліття: з моменту незалежності, період після Помаранчевої революції, період після Революції гідності, та з початку повномасштабної війни в Україні. З кожним новим десятиліттям український простір трансформувався через вплив низки факторів. До яких можна віднести: глобалізаційний (розвиток технологій), політичний (вплив нашої та інших держав у наш простір) та інше.

Для зручності дослідження українського інформаційного простору поділимо його на такі елементи: телебачення, періодичні видання/преса (у тому числі і книговидання), інтернет мережа (соціальні мережі).

Український інформаційний простір протягом тривалого часу належав спочатку російській імперії, згодом Советському союзу. Вони і формували необхідний інформаційний продукт для споживання. Під час перебування під советським союзом інформаційний простір складався з телебачення, книговидання, радіо та газет, які жорстоко піддавалися цензурі, яка належала тогочасній владі.

Зі здобуттям незалежності (24.08.1991) Україна отримує шанс на

відокремлення свого інформаційного простору від російського (совєтського). Бо спільне перебування в одному просторі мало потенційну небезпеку для подальшого існування молодої країни. Тому для початку було зроблено низку робіт, а саме: законодавчих аспектів, створення нових форм ЗМІ (у тому числі приватних і незалежних), вдосконалення технічних моментів та багато іншого.

З технічної частини було забезпечено всі базові потреби, які були необхідні для стабільного зв'язку майже по всій країні.

З Законодавчого аспекту починаючи з 1992 року було прийнято наступні закони: «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про авторське право і суміжні права», «Про інформаційні агентства», «Про рекламу», «Про видавничу справу» [33; 34; 35; 37; 38; 39; 40]. З одного боку, Україна отримала змогу віддалитися в інформаційному просторі від російського. Але з іншого вона й надалі знищувала себе. Проблема є у законі «Про мову», що фактично створило «шпаринку» для відхилення можливості друкування/знімання державною мовою. Українська мова не була затверджена як єдина державна мова у країні. Оскільки через розуміння російської мови більшою частиною українського населення, вирішили нічого не змінювати. Також сюди можна додати те, що у зупинці процесу відокремлення посприяли і вплив олігархів, які мали більшу частку телевізійних акцій.

Наступним кроком став утворення нових телеканалів. В Україні вже до існуючих УТ-1 (нині Перший), Тоніс (який був першим приватним каналом в Україні) та до ще двох каналів (яких вже не існує) приєдналися нові телеканали: П'ятий (NBC), ЮТаР (Unity of TV and Radio або «Об'єднання ТБ і Радіо»), Гравіс-7 (існував до 2006 року), Тет-а-тет (ТЕТ) та решта [6]. Вони почали формувати незалежний український контент, який мав як позитивні так і негативні моменти. Тут мається на увазі:

*з позитивного:*

- переймання та українізування телевізійних проєктів - купівля прав на трансляцію, адаптація, озвучка (а згодом і дубляж) популярних у світі проєктів

телевізійного формату, ситкомів, серіалів та інше («Альф»);

- створення власних проєктів («Територія А», «Маски шоу», «Табу», «Шоу Довгоносиків», та «СВ шоу»)[9; 10];

- популяризація українського для українців.

Це дало темп розвитку української культури та мистецтва: музика, кліпмейкерство, відео-проєкти і так далі. Ціле десятиліття експериментів та імпровізації, спроб та помилок, які залишилися яскравим спомином в історії української культури.

*з негативного:*

- трансляція проєктів двома мовами (російською та українською) - це згодом приведе до повного переходу на російську мову.

- мале створення власних проєктів;

- більше купували із східного ринку (російського);

- рівняння на російський ринок.

Що стосувалося інтернет-мережі, то тут було дуже просто. Вперше мережа інтернет з'явилася ще за часів Советського союзу. Але офіційно був делегований в Україні 1 грудня 1992 року (.ua) [29], і тому єдині сайти, які існували на той момент: сайти державних установ (як приклад сайт Верховної Ради України), електронна пошта та перші чати.

Для періодичного видання це були досить суперечливий час. З одного боку, це звільнення від цензури, бо українська Конституція не має закону, який би відповідав за неї. З другого, через складнощі, які були у молодій державі було важко розвивати якісні та незалежні журналістські розслідування. Також, неофіційним фактором є «випадкові» смерті незалежних журналістів, які виступали за справжню свободу слова в Україні. Це звичайно викликало обурення у населення, та його було недостатньо для виправлення та через корупцію у судових справах та у політиці держави. Також, сюди можна додати вплив політичних партій та олігархів на періодичні видання, часом вони володіли деякими періодиками, аби ті формували необхідну для них інформацію у бік влади. Часом там можна було побачити звіти про їхню

діяльність.

Більша частина періодичних видань Україні дісталася у спадок від СРСР. «У 1990 році продовжили виходити «Березіль» (1956), «Вітчизна» (1933), «Всесвіт» (1925), «Дзвін» (1940), «Дніпро» (1927), «Донбас» (1923), «Київ» (1983), «Культура і життя» (1912.), «Літературна Україна» (1927), «Молода Україна» (1975), «Однокласник» (1923), «Радуга» (1927), «Слово і час» (1957), «Українська культура» (1921).» [49] Частина з них вже припинила своє існування. Але решта і досі радують читачів своїм існуванням. А журнал «Всесвіт» взагалі є одним з найстаріших журналів в Україні.

Але крім україномовних були і російськомовні періодичні видання. На це звертав увагу ще в 1999 році письменник та публіцист Микола Рябчук: «Другою особливістю «української преси» є те, що більша її частина (поза західною Україною) – російськомовна. Це зумовлено переважно російськомовним характером великих східноукраїнських міст і маргінальною (під усіма оглядами) роллю україномовної провінції у формуванні ринку друкованої, та й усякої іншої інтелектуальної продукції.» [42] У своїй статті він мав на увазі, що вплив російськомовного простору в українську пресу просунув явище «жовтизни», яка швидко поширилося. Часи популярності інтелектуальної української преси йдуть на спад. Починається розквіт газети. Та через економічний стан у першій половині 90-х років, періодичні видання та преса починає скорочуватися.

Друга половина 90-х дарує газетам новий шанс на існування. «За даними центрального об'єднання поштового зв'язку «Укрпошта», передплата українських друкованих видань на 1996 р. зросла на 12,2 % порівняно з попереднім півріччям.» [23] Тому влада почала робити акцент на виробництві газет та отримувати звідти прибуток. Але, більшість належать політичним партіям, де інформація могла бути як звітна, так і маніпулятивна. З'явилися газети, які могли задовольнити будь-які потреби споживача: езотеричні, садовничі, дитячі, рибальські та інші.

Новим етапом розвитку інформаційного простору стали 2000-ні роки.

Основні зміни припадають на Помаранчеву революцію (2004), оскільки це стосувалося і політики також. Основними причинами стали масове поширення інтернет-технологій по всій території України та поява перших інтернет ЗМІ, поява перших соціальних мереж та переналаштування частину продукту під інтернет формат. Люди поступово починають знайомитися з новими технологіями. Починають з'являтися нові гаджети, які мають у собі нові модифікації, які підтримують інтернет. З'являються нові терміни та проявляються нові професії, які здаються дивними та нереальними.

Телебачення досі є лідером по сприйнятті інформації суспільством. Більша частина українських телеканалів належать олігархам, і вони починають диктувати правила у медіа-просторі. В Україні утворюються чотири основні медіагрупи:

- «Інтер Медіа Груп» (2005): Інтер (1996); Інтер + (2003); К1 (2005); К2 (2005); НТН (2004); Zoom (2013); Pixel (2012); Enter-фільм (2002); Мега (2005 як Мегаспорт, 2010); [26]

- «1+1 media» (2008): 1+1 (1997) ; 1+1 Україна (2022); 1+1 International (2006); 2+2 (2006); ТЕТ (1992); Бігуді (2014); ПлюсПлюс (колишня назва СІТІ) (2012); УНІАН ТБ (2010); [25]

- «Медіа груп Україна» (2010) (закрита з 2022 року): Україна (1993); Україна 24 (2019); Футбол (2008); Індіго (TV) (2014); НЛО TV (2012);

- «StarLight Media» (2009): Новий канал (1998); СТБ (1997); ICTV (1992); М1 (2002); М2 (2007). [27]

Більшість каналів змінюють свій формат та поступово перетворюються на такі, які ми знаємо їх сьогодні. Основним продуктом стають серіали, більша частина з яких була куплена у росії і створювалися на російський ринок.

Та невеличка частка серіалів, які вироблялися в Україні, вони були виготовлені для продажу в росію та у співпраці з росіянами. Як приклад може слугувати «Завтра буде завтра» (2003) та «День народження Буржуя» (2000). Російська мова починає заповняти український телевізійний простір. Майже всі користуються принципом «Какая різниця і так паймут!». Але були і

телевізійні передачі/серіали, які створювалися чи адаптувалися українською (у крайньому випадку суржиком): «Леся+Рома» (2005), що є адаптацією канадського серіалу «Хлопець+дівчина», «Файна Юкрайна» (2008), що є адаптацією британського «Little Britain». Та програми, які є двомовними; адаптація «Танцюють всі», «Х фактор», «Битва екстрасенсів» та інші.

Також в Україні набирають популярності американські серіали, які мали (або набирають) популярність у 90-х та нульових: «Ксена - принцеса воїн», «Всі жінки відьми», «Друзі», «Мисливці за старовиною» та інші.

З хорошого у медіа-просторі можна назвати офіційний професійний дубляж українською мовою. Першою та найкращою прем'єрою став вихід мультфільму «Тачки» (2006) від PIXAR та DISNEY. З того часу всі фільми, які показували на великих екранах були українською мовою.

Що стосувалося для преси, то нульові були досить переламним моментом. З позитивного можна назвати те, що вони закріпилися за свій рівень та поширювалися. Нульові роки також вплинули на те, що політики, почали виходити з володіння преси, але натомість вони обрали телебачення. Але з масовою появою інтернет мережі у них поступово з'являються конкуренція.

Інтернет мережа поступово починає з'являтися у міській частині населення. У доступі досі звичайні сайти, електронна пошта та різні чати. Починають засновуватися та поширюватися Інтернет-ЗМІ. До таких належать: «Українська правда» (2000) [17], «Львівський портал» (2003) [16] та інші. Також деякі періодичні видання починають теж переходити на інтернет-ЗМІ формат. З другої половини нульових починається розвиток соціальних мереж. І ця тенденція доходить і до України, яка вже мала у доступі були російськими: ВКонтакте та Однокласники. І поступово розвивається і відеохостинг YouTube.

Третім етапом розвитку стали події на Революції Гідності, окупації Криму та початку воєнних дій на Сході України та окупації Криму. Таким чином зароджується перша стадія відокремлення від впливу російського простору. Українське суспільство змінює орієнтири з преси та телебачення на інтернет мережу. Тому більшість відеохостингів та періодичних видань



починають комбінувати. Телебачення спочатку власні проєкти транслюють на телебаченні, а згодом «заливають» на платформу. Періодичні видання, відразу публікуються на власних сайтах.

Для України ці важкі часи спонукали до нової хвилі розвитку української культури. З'являються нові українські музиканти, нові українські серіали, виходить із замороженого стану українське кіно. Вперше в українській історії формуються мовні квоти в медіапросторі.

Українські телеканали починають спонсорувати та купувати права на показ, або ж самі виготовляти українські серіали. Приміром:

- НЛО TV: «Швидка», «Суперкопи», «Дефективи», «Куратори», «Паніка Вова», «Як гартувався стайл», «Сишиш-шоу» та власні анімації «Небезпечна зона» та «Чортовийки»;

- СТБ: «Спіймати Кайдаша», «Слід», «Кріпосна», «Кава з кардамоном», «Коли ми вдома»;

- Україна: «Черговий лікар», «Агенти справедливості», «Реальна містика» і це лише дрібка, бо вони виготовляли телесеріали масово як українською, так і російськими мовами;

- ICTV: «Пес», «Відділ 44», «Володимирська, 15», «Майор та магія», «Нюхач», «Ніконов і ко» та інші (також переважно на російськомовну аудиторію та російськими акторами у головних ролях);

- 1+1: «Останній москаль», «Село на мільйон», «Школа» та інші.

- Новий канал: «Перші ластівки», «Київ вдень та вночі», «Чаклунки» та інші.

Частина з них якісна, частина зроблена для російськомовного ринку, деякі з них напхані різноманітними стереотипами та нав'язаними комплексами нашого народу. Також є мінусом те, що більша частина серіалів (від Україна та ICTV) були з російськими акторами у головні ролі.

Також виходять нові телевізійні проєкти, які також можна знайти і на YouTube. Серед них: «Світ навиворіт» (1+1), «Орел та решка» (Інтер, згодом Новий канал), «Мастер шеф» (СТБ), «Аферисти в сітях» (Новий канал) та

багато інших.

Періодичні друковані видання замінюються більш зручними інтернет виданнями. Тому більшість з них або повністю змінюють свій формат, або комбінують його. Частіше можна їх побачити у кіосках та відділеннях пошти. Але залишається велика частка друкованих є саме російською мовою.

Що стосується інтернет мережі, то вона активно процвітає і України. Починають створюватися українські YouTube. І то, вони поділяються на дві категорії: україномовні та російськомовні (перейшли на українську після 24 лютого).

Україномовні: Телебачення Торонто (2012), STERNENKO (2013), Загін Кіноманів (2016), Geek Jornal (2012) та інші.

Російськомовні: Afinka (2014), Леви на джипі (2018 та 2022 (україномовний)), Стася Мар (2014 та 2022 (україномовний)) та ТрумТрум (2015 та 2022 (україномовний)).

Активно розвиваються соціальні мережі: Facebook, Instagram, TikTok, Likee, Twitter та інші. Позитивно на це вплинули заборона російських соціальних мереж у 2017 році.

Ці зміни позитивно починають впливати на створення та розвиток українського сегменту YouTube. Але через більшу популярність російських блогерів українські дуже часто губилися. Для вирішення даної проблеми у 2019 році було створено «Маніфест» [43], роль якого систематизувати та популяризувати українські канали.

Крайній етап (на даний момент) інформаційного простору розпочався з початку повномасштабної війни росії проти України. Наразі перевага надається більше інтернет джерелам: Лачен пише, Українська правда, Свідомі, Hromadske. Більшість телеканалів були об'єднані у спільний марафон. Згодом поступово з'являються нові канали, та деякі старі, які поверталися до попереднього формату. Нові: ICTV2 та 1+1 Україна. Старі: СТБ, ПлюсПлюс, Піксель, ТЕТ, Новий канал. У дію входить закон «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та

політичну вагу в суспільному житті (олігархів)». Від своїх каналів відмовляються П. Порошенко (Прямий та 5) та Р. Ахметов («Медіа груп Україна») [36]. Зі своїми каналами залишилися І. Коломойський («1+1 media»), В. Пінчук («StarLight Media») та Д. Фірташ («Інтер Медіа Груп»).

Попри введення воєнного стану в країні як такої офіційної цензури немає. Але трансляція деяких телеканалів на телебаченні припинилося, а їх замінили каналами, які формують «Єдиний марафон». Ті телеканали продовжують свою діяльність на відеохостингу You Tube: Прямий, 5, Експрес, 24 канал та інші. Проте, є певні обмеження у поширенні інформації для населення: про бойові операції до оголошення про них Міноборони, про випадки влучання протягом перших годин та деталі при ньому, про кількість втрат на фронті і так далі. Подібні заборони поширюються і на інтернет мережу.

Також війна позитивно вплинула на розвиток українського YouTube. За даними від Маніфест за 2023 рік загалом існує понад 8000 українських каналів. [43]

Вся увага зосереджена на боротьбі. Вся інформація, яку можна спостерігати акцентується на зборах для потреб ЗСУ, гуманітарні потреби для цивільних, для створення власного інформаційного та культурного продукту, на протидію дезінформації та пропаганді.

Отже, розвиток українського інформаційного простору дуже сильно залежив від політичних подій в середині країни. Всю свою історію Україна наполовину залежала від проєктів, які купувалися за кордоном. Поки не почала виробляти власні. Протягом тридцяти років український інформаційний простір залежав від політиків та олігархів, які формували та диктували правила. Зараз продовжується політика, яка відсторонює вплив політиків та олігархів від медіа-простору. Медійна культура поступово розвивається на рівняється на європейські продукти. Виборюється свобода слова та повністю (на скільки це можливо) відсторонюється від російського медіа простору.

## Розділ 2

### КУЛЬТУРНІ ПРАКТИКИ В МЕДІА-ПРОСТОРІ

#### 2.1 Суспільний дискурс в інформаційному просторі

Як і наголошувалася раніше (1.1) сучасне суспільство, яке споживає та виробляє інформаційний продукт та інформація є найбільшою цінністю називають інформаційний суспільством.[44] Таким можна назвати весь цивілізований світ. Україна не є виключенням.

З розвитком інтернет технологій люди почали активно виробляти і споживати інформаційний продукт. Цьому також сприяють розвиток соціальних мереж. Тому активно поширюється таке явище як дискурс. Який може розвиватися з будь-якої теми та у будь-якій формі.

Енциклопедія трактує дискурс як термін філософії та гуманітарних досліджень, з допомогою якого позначають аргументоване усне чи письмове обговорення будь-якої теми, в якому предметом дискусії стають і самі способи аргументації; будь-яке мовлення, розмова, дискусія, особливості яких характеризують мовця. [24] Якщо простіше, то ми маємо діалог кількох людей ,які мають різні точки зору. Вони у цій розмові мають пояснити та аргументувати її (свою точку зору), намагаючись перетягнути опонента на свою сторону, але не примушувати його до цього.

Ф. Бацевич розглядає дискурс схоже, це «тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів.» [ 1,с. 154].

Як культурна практика суспільний дискурс існує вже давно. До його

входять як люди, які є відомими у певних колах суспільства, так і будь-хто бажаючий. Це можуть бути актори, співаки, політики, вчені, громадські активісти, або пересічні громадяни. Всі здатні впливати на думку суспільства, тому слова мають велику відповідальність. Тому варто мати впевненість та аргументи (тобто певна думка має бути досліджена) для ведення дискусії.

Є загальні правила введення суспільних дискусій. Згідно підручнику Етики ділового спілкування, авторами якого є Т. Гриценко, С. Гриценко, Т. Іщенко, Т. Мельничук, Н. Чуприк, Л. Анохіна, визначимо наступні правила:

1. Щиро висловлювати свої думки.
2. Поважати всі точки зору, навіть якщо вони не подобаються.
3. Вміти слухати інших.
4. Говорити чітко та ясно.
5. Не критикувати.
6. Говорити по черзі. [14]

Суспільні дискурси можуть бути на будь-яку тему та здатні впливати на інформаційний простір країни, на окрему групу людей, чи на ціле суспільство. До таких належать: політичні, освітні, літературні, мистецькі, наукові, громадські, медичні, газетні та так далі.

Політичний дискурс наразі один з найпоширеніших видів суспільних дискурсів та постійно може перебувати у повсякденному житті. Політичний дискурс за статтею Кадлубовича є комунікація у сфері політичної культури. Тобто має бути діалог між громадянами країни та представниками влади. Такий дискурс має на меті змушувати громадян бути також у політиці, брати участь у державотворенні та відповідати наслідкам, які вони отримують у своєму виборі влади. [18] В Україні політичний дискурс досить суперечливий. В українському політичному житті досить існують явища, які передалися в спадок до України: культ особистості, передавання відповідальності, корупція (підкупи голосів), це не сприяє розвитку доречного та продуктивного політичного дискурсу. А тут необхідна праця і як від громадянського суспільства, так і від представників влади.

Освітній дискурс, згідно назви, належить освітній сфері життя. Це аналітична розмова між студентами, учнями, викладачами.[41] Суть якої, навчитися правильно висловлювати та захищати свою думку, а також поважати іншу. Це явище настільки поширене, що було створено міжнародний рецензований журнал - «Освітній дискурс: збірник наукових праць». Також дуже часто до освітнього дискурсу часто відносять педагогічний, науковий, освітянський, оскільки вони є спорідненими.

Мистецький дискурс - це спілкування у сфері мистецтва. Мистецтво багатогранне, тому тут дискусії народилися давно та існуватимуть і далі. Як приклад можна навести один з найгучніших для нашої країни. Художників Рєпіна (Ріпіна), Айвазовський, Куїнджі, Малевич у Музеї мистецтв Метрополітен (Нью-Йорк) назвали українськими. [22] Дискурс вже давно тривав, але остаточний поштовх дав повномасштабна війна росії проти України.

Науковий дискурс або ще як його називають академічний дискурс - це взаємодія конкретної групи або інституцій для для встановлення професійної дискусії задля навчання. [1] Такі дискусії можна зустріти на круглих столах, на конференціях та на інших наукових заходах. Основна вимога такого дискурсу полягає в тому, що всі учасники мають бути на рівних умовах та мають право на власну думку в тій чи іншій науковій галузі.

Громадський дискурс дуже важливий у сфері суспільства та політики. Громадський дискурс це взаємодія між громадянами однієї країни. Він також дуже пов'язаний з політичним дискурсом. Проте вона здатна бути досить суперечливою. Як і в культурі (приклад з масовою та елітарною культурою) суспільство здатне поділитися. Є думки людей, які чудово розуміють стан речей, які обмірковують все що відбувається навколо. Та тих, хто повністю не розуміє стан речей. Це дуже важливо мати, бо таким чином можна аналізувати суспільство по її громадянам. [12]

Медіадискурс досить складне поняття. З одного боку ми маємо повністю заснований у інформаційному просторі. З іншого, ми маємо дискурс, який об'єднує в собі і інші дискурси: політичний, освітній, науковий і так далі. В

медіадискурсі більшість повідомлень несуть саме публічні (відомі люди). Їхні слова грають важливе значення і в певному плані, вони і несуть відповідальність за майбутні наслідки. Медіадискурс має і позитивні моменти. Приміром у вирішенні несуть саме публічні (відомі люди). Їхні слова грають важливе значення і в певному плані, вони і несуть відповідальність за майбутні наслідки. Медіадискурс має і позитивні моменти. Приміром у вирішенні у вирішенні проблем, які ще повністю не усвідомлюються суспільством, яких у нашій країні на жаль ще багато. З мінусів, не всі думки та поради від відомої людини варто сприймати та використовувати. Як показує практика є шахраї, які можуть цим користуватися. Яскравий приклад подібного дискурсу можна навести ситуацію зі Спартаком Субботою. Ця персона стала медійною після створення Женею Яновичем «Подкаст Терапія». Ця людина представляла себе як психіатр та психотерапевт. Реакція суспільства поділяються на три табори:

1. Фанати - більша частина з яких це підлітки (а це найвразливіша ланка суспільства, яка легко піддається маніпуляції). Як відеопродукт "Подкаст терапія" досить якісний, та спонукав більше людей до залучення та підтримки українського сегменту. Хоча перші етери були з російською мовою.
2. Проти - ця частина пошукала інформацію про нову людину та не полінувалися перечитати роботи, які він писав. І з всього, що змогли знайти дійшли висновку, що Суббота не та людина, яка заслуговує довіри.
3. Нейтральна зона - це ті, хто або не знав про існування Субботи, або ті, які не займали ніякої позиції.

Такий перебіг речей тривав рівно до розслідування Іллі Полудьонного та опубліковано інтернет-ЗМІ «Свідомі», де було зазначено про фальшивість його документів та дипломів, наявність плагіату у науковій роботі та за порушення правил етики у галузі психології.

Люди, які раніше співпрацювали з Субботою відмовилися від подальшої співпраці з ним. На заперечення та демонстрацію «сертифікатів» та «дипломів» Субботою, Міністерство освіти та науки, вирішили перевірити правдивість. Як

результат ми маємо порушення закону за сфабриковані документи та заява до поліції.

Дана історія триває і досі тому перебіг подій передбачити тяжко. Але вона вчить перевіряти людей, кому ми довіряємо.

Суспільний дискурс є важливим складником сучасного інформаційного суспільства. Завдяки ньому можна підняти важливі суспільні теми та проблеми, шукати шляхи їх вирішення. З розвитком соціальних мереж будь-хто може приєднатися чи розпочати дискурс на будь-яку тему. Але окрім позитивних моментів, ми можемо мати і негативні. Такими методами може користуватися ворог аби розділити суспільство. Прикладом є саме мовне питання. Переконавання російськомовних людей у їхньому праві розмовляти російською у країні, яка має власну державну мову — українську, та апелювати законом «», який прирівнює їх до національних менших. А також людей, які борються за використання рідної мови називають «разкольніками» суспільства. Суспільство вже має кілька методів вирішення даної проблеми: хтось наголошує на радикальних методах (повна заборона використання російської мови); хтось має на меті переконати більш «лагідно» (сильно не наполягати, аби не відбити бажання розмовляти); хтось сам зрозумів необхідність та вивчає і вдосконалює свою мову, та ті, хто взагалі не бачить тут проблеми. Як результат нема точного вирішення, що з одного боку чудово, бо люди повинні мати дискурси та різні точки, що переконує у свободі слова, а з іншого проблема так і залишається не вирішеною.

Отже, суспільний дискурс є важливою складовою у сучасному інформаційному просторі. Він активно розвивається як під тиском суспільства, так від розвитку соціальних мереж. Суспільний дискурс допомагає нам формувати свої думки та вміти поважати і інші. Також суспільний дискурс допомагає розвиватися державі, бо таким чином ми вказуємо на помилки. Ще до цього можна віднести те, що дискурс допомагає суспільству навчатися і це лише верхівка айсберга.



## 2.2 Культура повсякдення у медіа-просторі

Глобалізаційні процеси та розвиток медіа-простору вплинули на формування та оновлення більшості видів мистецтва, які наразі лише починають набирати обертів. Культура медіа-простору в Україні фактично поділилася на дві складові: телебачення та інтернет.

Мистецтво, яке сформувалося під впливом медіа простору називають, або медіа-мистецтво, або медіа-арт. «Медіа-арт - вид мистецтва, для створення і демонстрації якого використовують сучасні комунікативні та інформаційні технології». [8]

До розвитку медіа-культури можна віднести блогерство. Розвиток та поширення TikTok та YouTube у період поширення пандемії через Covid-19. У намаганні розв'язатися та відволіктися безліч людей відкрили у собі талант до акторства, режисури та монтажу. Для одних це стало повноцінною роботою, для інших — це спосіб розв'язати нудьгу, або улюблене гобі (хобі).

Завдяки цьому тут переплелосся кілька видів мистецтва: комп'ютерна анімація, комп'ютерна графіка та цифрове мистецтво.

Комп'ютерна анімація — створення елементів та програми для забезпечення руху на дисплеї (екрану) за допомогою комп'ютера. Загалом відомо два види даної анімації: двовимірна та трьохвимірна. Сюди можна віднести створення комп'ютерних ігор, мультфільмів, реклама, мальовиси (комікси, манга, манхва та маньхуа) та інше. У нашій країні наразі активно розвивається. До сучасних двохвимірних анімацій можна віднести такі проєкти як:

- мультиплікаційні проєкти: «Університет Чупарського» (2023), «Пригоди Котигорошко» (2014), «Як козаки» (Футбол — 2016, Навколо світу - 2018), «Це наше і це твоє» (2015), «Віктор\_робот» (2021), «Маленький великий пес» (2008), «Бабай» (2014), «Пес Патрон» (2023).

- YouTube канали: «Нейд» (2021), «LoLka» (2020), «Animarody» (2015).

- Мальюписи (комікси): «Всесвіт 0» (у розробці) (2022), «Потобічник» (2023), «Воля» (2017 - нині), «Максим Оса» (2008) та інші.

До трьохвимірних відносимо:

- мультиплікаційні проєкти: «Микита Кожум'яка» (2016), «Викрадена принцеса. Руслан і Людмила» (2019), «Клара та чарівний дракон» (2019), «Мавка. Лісова пісня» (2023), «Ескімоска» (2012-2016) та інші.

- комп'ютерні ігри: всі частини «S.T.A.L.K.E.R» (2007,2008,2009,2023), серія ігор «Sherlok Holms» (2014-2019), «Survarium» (2015), «Bigfood» (2017), «Cradle» (2015) та інші.

Комп'ютерна графіка та цифрове мистецтво дуже пов'язані між собою. Комп'ютерна графіка має подвійне значення. Перше — це різновид наукової галузі, яка пов'язана з інформатикою та інженерною графікою. Друге — це вид мистецтва, який відноситься до медіа-арту. [11] Цифрове мистецтво (комп'ютерне мистецтво) — це напрям медійного мистецтва, у якому використовують комп'ютерні та інформаційні технології.

Сюди можна віднести NFT, який є досить новітнім напрямом для українського медійного простору та й інформаційного загалом. Зародився 2014-2015 роках, але набув популярності через коронавірус у 2019 році. NFT буквально розшифровується як невзаємозамінний токен. І його направляють більше до криптовалюти. Наукових праць про цей вид мистецтва в Україні не дуже багато, його активно досліджують: А. Кравченко, В. Волинець, Н. Булавіна, О. Карнелюк, О. Панфілова.

NFT можна віднести і як до музичного мистецтва, так і до образотворчого. Стартував проєкт з простих картинок, які можна купити через однойменну валюту. NFT може зробити, продати та купити кожен. Тому активність цього процесу припала на карантин, коли люди нудьгували вдома та намагалися знайти собі справу до душі. Відомими NFT художниками на весь, які також найкраще продаються, можна назвати: Pak, Beeple, Snowfro, Xcopy, Mattdesl та інші. Україна почала використовувати NFT технології з двох причин:

- Це можливість зберегти у цифровому варіанті більшу частину пам'яток

мистецтв, картин та інших важливих артефактів для нашої історії та культури.

- Також, продаж деяких експонатів допомагає більшості музеям «триматися на плаву» та збирати фінанси на власне відновлення після війни.

До такої ініціативи підключився Національний художній музей, Національний музей у Львові, а також за підтримки Міністерства цифрової трансформації запрацював NFT музей війни, роль якого нагадувати людям про війну в Україні. За кілька місяців існування музею вдалося зібрати понад мільйон доларів. Ці кошти підуть на відбудову музеїв, які постраждали внаслідок агресії росії.

Що стосується NFT з точки зору музичного мистецтва, то на теренах України він з'явився ще у 2021 році. Першими хто заявили про свою спробу стали гурт KAZKA. Вони продавали так свої пісні, мерч та інші речі. Також вони мали на меті навіть створення власної валюти.

Наступною це зробила Альона Альона, вона теж так продавала свої пісні, а згодом з дуєтом «Океан Ельзи», вони написали пісню і теж продавали її так. Метою був збір коштів для дітей, які живуть біля фронтних міст. (Тоді вони це робили для Лисичанську) [21].

NFT як вид мистецтва досить молодий, але стрімко набирає обертів та поширюється. Спробувати себе тут може будь-хто, але не в усіх може щось вийти.

Цифрове мистецтво є переважно візуальним та його особливістю є використання кількох гаджетів: комп'ютери, фото-відео камери, спеціальні комп'ютерні програми, пристрої для освітлення. Як результат отримуємо професійне та аматорське кіно, фотоколажі, картини, ілюстрації для книг та у використанні комп'ютерних іграх.

Що стосується зображень (фотоколажі, картини, ілюстрації) у медіа-мистецтві не обов'язково треба володіти спеціальною академічною освітою. Тут достатньо мати власний художній стиль, бажання та необхідне обладнання, щоб створювати. Сьогодні існують багато художників, які заробляють собі так на життя: Степан Рябченко (Україна), Марк та Ентоні Тудіско (Німеччина),

Катерина Пономарьова (Україна) та інші. І не тільки художники, але й студенти, які навчаються на дизайні, учні художніх шкіл та всі хто вміє та любить малювати. А професія називається просто — цифровий художник/ілюстратор (Digital artist/illustrator).

Що стосується культури та мистецтва саме телебачення, можна назвати розвиток безпосередньо музичних кліпів, які також «заливають» у інтернет. Саме телебачення занепало, а на його зміну вийшли інтернет-технології.

Новою формою медійного мистецтва, а точніше частиною медійної культури, який у розквіті сил є створення мемів. Як би це просто не звучало, але існує і наука (мематика), яка досліджує причину народження, еволюції, поширення та смерть мемів. Мем — це частинка інформаційної культури. Переважно це певна фраза або картинка, яка просто стала дуже вживаною. Мемом може стати будь-що і тривалість його існування є різною. І так само як інформаційний простір існують меми всесвітні (про які знають всі) та локальні (зрозумілі лише певній групі людей). Меми не обов'язково мають бути смішними, бо це радше реакція на якийсь подразник.

Меми як і все мають свої жанри: політичні (де головні персонажі це політичні персоналії), воєнні (з'явилися у 2022 році), побутові, історичні та від відомих людей купа інших.

Політичні меми це просто окрема сторінка української історії. Навіть президенти ставали авторами мемів. Серед популярного можемо згадати фразу Л. Кучми «Це було вже!», або В. Ющенко «Ці руки нічого не крали». Фрази В. Януковича «Астанавитесь!» та «Я легетівний президент». І справжні дебати між П. Порошенком та В. Зеленським як в політичному, так і в мемному плані. «Стадіон так стадіон», «Мирного рішення не буде», або просто став героєм ТікТок звуку «Ааа, Порошенко випусти мене звідси» проти «Пиріжечок», «Вийди одсюда розбійник», «Хто я?» та багато іншого. Про першого президента України Л. Кравченка сказати неможливо. Причиною того є або відсутність постійної зйомки, або висока медійність вже інших президентів.

Також зустрічаються меми, які поєднують у собі як політичну так і

громадянську сферу існування. До прикладу наводимо дебати між Червоненко та Стерненко:

« - Який жах!

- А що не жах?

- Я ж кажу »

Цікавим моментом є те, що Сергій Стерненко, який є одним з героїв цього мему, досить часто його використовує на своєму каналі YouTube. Проте, це не єдиний мем, де він фігурує. Зараз набирає популярності його мем про БНР (Білгородська народна республіка), а також фраза, яка лякає росіян «Нашої з вами русофобії недостатньо», «А што же ето проізошло?» та «Боже, бомби Белгород»

Меми на тему війни досить болючі, але саме вони надихають на подальшу боротьбу та мотивують всіх на цілий день. Сюди можна віднести меми про Щекавицю (реакція людей на ядерну загрозу, та бажання влаштувати оргію під час «кінця світу»), мем від С. Притули «Цей день настав!», про пригоди росіян у Рудому лісі та Чорнобаївці і цей список можна продовжувати вічно. Також до цієї категорії можна віднести фразу прикордонника з острова Зміїний.

Є меми відео та аудіо формату, які існують вже досить давно. Один з легендарних в українській мематиці: «Петро Щур зараз виконає пісню «Мамині світлиці» » або фраза полтавського палія: «Мені нравиця як воно горитть. Як люди сується».

Як і згадувалося раніше мем можна зробити з будь-чого та з будь-ким. Зараз набирають оберти меми після Євробачення, де ведучою від України була Юлія Саніна. Момент, де вона навчала іноземних журналістів правильно вимовляти її прізвище вже є мемом, який часто беруть учні та студенти, чії прізвища неправильно вимовляють.

Також в українському інформаційному просторі присутні меми, де головні герої є росіяни. «Хлопок», який в Україні перетворився на «Бавовну» . «Три дня, а уже когось нема» (посилання на слова Жиріновського, який так і не дочекався Києва за три дні та помер від ускладнення після коронавірусу),

«Резінова попа» і це була зустріч їхнього президента з дітьми та студентами, «Так па-душевному, па-дамашньому». І такий список можна також продовжувати цілу вічність

Для українців меми це швидкий аналіз інформаційного простору як українського так і глобального, його реакція та взаємодія з ним. Це також може бути свого роду терапією та підтримати нас у скрутні для нас часи.

Ще одним цікавим явищем в українському медіа-просторі можна назвати подкасти. Подкаст (від англ. Podcast) або аудіопрограма — це аудіозаписи, які зосереджені для розкриття певної проблеми. Цей напрям також розвинувся та набув популярності з часів пандемії. Подкасти можуть мати наступний формат:

- аудіоформат — подкасти такого формату може лише слухати. Переважно їх слухають на наступних платформах: Apple, Google Podcast, Spotify та SoundCloud.

- відеоформат — за такими подкастами можна лише дивитися, переважно на YouTube.

- та змішаний — такі подкасти можуть мати як відео- так і аудіоформат. А глядач/слухач сам обирає зручний для нього формат. Прикладом такого може бути подкаст «Хороший Поганий Злий Подкаст» від каналу Самвидав, його ведучі Константин Трембовецький та Михайло Рудь.

Подкасти бувають наступних видів:

- Подкаст інтерв'ю — у таких подкастах виходячи з назви беруть інтерв'ю. До таких подкастів належать: «Інше інтерв'ю» та «Говорить Жадан» від NV. Якщо в першому у формі інтерв'ю Володимир Анфімов спілкується зі своїми гостями, серед яких були: Тарас Лютий, Євген Філатов, Владлен Мараєв та інші. То в другому інтерв'ю переходить у бесіду зі зірковим гостем, серед яких були: ТНМК, Яніна Соколова, Христина Соловій, Юлія Саніна з українським поетом, письменником та музикантом Сергієм Жаданом, які обговорювали діяльність гостя та його реакцію на тогочасні новини в суспільстві (тривав до лютого 2022 року)

- Розмовні подкасти — такі подкати мають більшу популярність, бо

учасники розмовляють і створюють атмосферу бесіди з друзями за столом. Варто знову згадати подкаст «Хороший Поганий Злий Подкаст», який і є таким. Спочатку подкаст планувався як огляд кіно, але з часом хлопці змінили формат. Вони розмовляють про все і часом запрошують до себе відомих людей: Віктор Рожевий (Ліга сміху, Канал Горобина), Макс Щербина (Телебачення Торонто), Антон Тимошенко (стендап комік), Віталій Гордієнко (Загін Кіноманів) та інші. Також варті уваги подкаст «Асиметрія», це розмова Артема Албула (Клятий раціоналіст) та Емми Антонюк (Палає та Це ніхто не буде дивитись) про події під різними поглядами та подкаст «Пішли писати», в якому авторки (письменниці Юлія Кубай та Олена Кузьміна) діляться своїм письменницьким досвідом та розповідають про реалії українських письменників.

- Подкасти монологи - це подкаст, який записує лише одна людина, яка розповідає про проблеми, які його турбують. Як приклад наводимо один сезон подкасту «Мінкультпривіт» автором якого є український режисер Наріман Алієв. У його подкасті можна почути його роздуми про війну, культуру та мораль та інші питання, які є на часі.

- Подкасти з розповідями та розслідуваннями — це чимось подібне до програми з журналістськими розслідуваннями, але у форматі аудіо. До таких належить подкаст «Суспільне розслідування», в якому журналісти Суспільного розповідають про найважливіше.

- Подкасти за круглим столом — це подкасти, в якому учасники спілкуються за круглим столом. Як приклад наведемо «Тримай Podcast» від каналу Bezodnya Music. Де автор каналу Макс Нагорняк спілкується з людьми з сфери музичної індустрії про її аспекти, особливості та проблеми. [31]

Таким чином, кожен може знайти собі подкаст, який може сподобатися та прослухати його по дорозі по справах. Вони стрімко набирають свою популярність за те, що можна поєднувати кілька справ водночас. Подкасти дозволяють навчатися, отримувати новий досвід та ділитися ним з іншими.

Отже, глобальний розвиток та діджиталізація спричинило модернізацію

та утворило нові галузі мистецтва. Сьогодні вже не потрібно володіти освітою для того, щоб бути митцем/мисткинею. В Україні активно розвиваються цифрове мистецтво, комп'ютерна графіка, анімація та решта видів та жанрів медіа-арту. А складнощі навчили нас сміятися та створювати меми з усього, що тільки існує в нашому та глобальному інформаційному просторі, шукаючи в цьому промінчик світла. А подкасти стали просто нашими супутниками по дорозі в справах та у вільний час.

### **2.3 Вплив влади на інформаційний простір України**

У цифрову епоху, коли інформація має цінність більшу, держави починають змагатися за вплив не тільки за інформаційний простір своєї власної держави, а й за той, яку хочуть підкорити або мати під власним контролем.

Що стосується України, то боротьба за більший вплив проводилася між українським суспільством та росією.

При вивченні історії українського інформаційного простору (1.2), було виявлено, що політичні партії та деякі фізичні особи були зацікавлені у тому, щоб володіти певною сферою простору. У 90-ті роки це була преса, а починаючи з нульових — телебачення.

Тут є досить складна ситуація. З одного боку влада повинна контролювати інформаційний простір. Її задачею є безпека та гарантії того, що всі дані громадян будуть в безпеці, буде існувати свобода слова та вільний вибір даних, а інформаційний простір не буде власністю інших країн та не становитиме небезпеки для існування самої держави. З іншого, влада не повинна сильно втручатися в простір. Тут мається на увазі повний та тоталітарна диктатура над інформаційним простором, яка існувала в часи СРСР та яка досі існує в Північній Кореї.

Що стосується забезпечення безпеки в інформаційному просторі тут досить складне питання. Межа між захистом та диктатурою досить тонка. Тому



не всі країни здатні справитися з цією проблемою. Пропаганда та дезінформація є досить постійним явищем. Реакція людей є також дуже неоднозначною. Хтось може дуже прискіпливо ставитися та перевіряти по кілька разів, а комусь досить повірити першому джерелу.

Як рішення проблеми державам варто постійно наголошувати на інформаційній гігієні та проводити лекції по виявлені подібних проблем, які можуть траплятися в глобальному просторі. Також створювати та поширювати різні державні установи, які проводять подібні роботи та намагаються тримати все під контролем.

Що стосується свободи слова, то тут теж є питання. Через те, що частина телеканалів належать комусь із політиків, вони можуть використовувати їх у своїх цілях. Наприклад, вибілювати себе та звинувачувати опонентів. Щоб стати цьому на заваді вже проводиться політика, яка скасовує будь-який вплив олігархів чи конкретної політичної партії. Такими були телеканали В. Медвенчука, який є кумом президента росії. Вони використовувалися для просування ворожої маніпуляцій в Україні: «112 Україна», «ZIK», «NewsOne», «UkrLive», «Перший незалежний», але про припинення їхньої трансляції було вирішено. Добровільно свої канали віддав державі Ренат Ахметов і таким чином він вже не потрапляє під порушення закону.

Проте, існують канали, які повністю належать державі та служать їй. Мається на увазі Національна суспільна телерадіокомпанія України або скорочено Суспільне мовлення, до якого входять:

- телеканали: «Перший», «Суспільне культура», «Суспільне новини»;
- радіоканали: «Радіо Промінь», «Українське радіо», «Радіо Культура», «Radio Ukraine International».

Наявність державних та приватних телеканалів досить нормальна практика, але не тоді, коли йде боротьба за вплив, які дають ці можливості. А це формування думки частини суспільства. Що є дуже важливо.

Оскільки в Україні триває воєнний стан це означає, що влада має більше права на контроль інформаційного простору. Одним з таких прав є жорстока

цензура. Але ситуація досить неоднозначна. З одного боку ми спостерігаємо як єдині новини, на яких стоїть табу є: місце влучання, робота ППО, місце розташування військової техніки та й військ загалом і це лише дрібка правил, за якими гарантується наша безпека. Вони чітко пояснені і не викликають додаткових запитань. Бо тут питання життя та смерті всіх громадян країни.

З іншого, на телебаченні ми спостерігаємо досить жорстокий контроль. Деякі канали вивели з етеру, а на їх місце поставили інші, які цілодобово транслюють «Єдині новини». Ще низка телеканалів повернулася до свого старого формату (СТБ, ПЛЮСПЛЮС, Піксель, ТЕТ). Але вони досі продовжують свою діяльність на інших платформах.

Що стосується інтернет-спільноти то на них працює лише загальні правила, а решта має право на існування. Їхній контент блокується хіба що російськими ботами.

Отже, вплив влади на інформаційний простір є питанням дуже суперечливим. З одного боку, влада контролює весь вміст, аби тримати інформаційну безпеку своїх громадян. З іншого влада здатна використовувати занадто багато та собі на користь. Інформаційний простір кожної з країн не є ідеальним і кожна потребує модифікацій.

## Розділ 3

### ПРОПАГАНДА ЯК КУЛЬТУРНА ПРАКТИКА ВПЛИВУ

#### 3.1 Поява та вплив пропаганди в російсько-українській війні

російська пропаганда в інформаційному просторі України з'явилася ще задовго до початку окупації Криму та ведення бойових дій на Сході України. Пропаганда росії передавалася через досить «м'яку» політику - це через літературу, мистецтво, кіно, музику, серіали, програми. Спільний інформаційний простір просто створив всі необхідні ідеальні умови для переконливої політики росії.

Умовно розвиток пропаганди можна розділити на три етапи: до війни, у період з 2014 по 2022 та з 2022 року.

Як нагадувалося раніше, пропаганда в Україні з'явилася задовго до початку бойових дій на Сході країни. Через дуже тісний інформаційний простір було дуже легко поширювати свою думку та нав'язувати стереотипи та комплекси.

У нульові роки це дуже просто робилися через серіали, які робилися для внутрішнього ринку росії, але їх продавали і в Україну. Створення спотвореного образу українців, які були дуже нахабними, неосвітченими, марили про гроші і при цьому не працювати, любителів випити та вкрати. Саме такими їх можна було зустріти у знайомих серіалах з дитинства (для зумерів) у «Папиних дочках» та «Моя прекрасна няня».

Також дуже сильно просувалася думка про «братні народи» та «єдиний руский народ» буквально описує сюжет з серіалу «Солдати». Де кожен герой представляє різний народ, але всі вони служать лише одній країні та хочуть жити дружньо та в мирі.

Такі легкі формулювання дуже сильно впливали на українське суспільство породжуючи та закріплюючи комплекс меншовартості,

неповноцінності. Сприймають фальшивий образ, як щось правильне та дійсне. А закріплює все це більшість медійних осіб, які працюють на східний ринок. Більшості українцям через таке зросійщене середовище здається, що там (росія) краще ніж тут. Але це триває не довго.

Така м'яка політика існувала до Революції Гідності, де Україна відстоювала свої права. З цього моменту політика пропаганди в росії почала змінювати свій напрям, оскільки перша стадія не спрацювала. Починають поширюватися наступні основні наративи:

1. *«Не революція, а погром»*

Історія про те, що українці здатні поротися за свої права досі не вкладається у голову більшості представників країни-гною. Тому вони намагаються всіляко переконати не тільки своїх громадян, але й у всьому світі. Українці без причин просто позбулися своєї легальної влади та незаконно її замінили. Початок так званої «київської хунти».

2. *«Це все провокації Заходу»*

Все що йде не за планом росії є виною західних країн. Цей наратив є дійсно універсальним, бо його використовуватимуть ще не один раз. Але тоді ситуація була в наступному. Погана Європа захотіла посварити росію та Україну, тому її обманула, щоб та (Україна) приєдналася до ЄС. Але своїх обіцянок вона не дотримує, тому з часом ми (росія) пробачимо та повернемо Україну на шлях правильний. Він досі працює на внутрішній інформаційний простір росії.

3. *«Війна в Україні почалася через Майдан»*

На жаль, в українському суспільстві досі існують люди, які так думають. А отже, вони вже перейнялися всіма необхідними для контролювання російськими маніпуляціями. У цьому наративі, який частково є успішним закладена велика бомба сповільненої дії. Учасників Майдану не сприймають як героїв, які вибороли наші права, а як людей, які підірвали порядок та мир, що існував при каденції Януковича.

Як можна бачити деякі новини були успішними, деякі ні. Але вони досі

існують та впливають на український інформаційний простір. Створюють необхідні шпаринки на майбутнє, аби згодом їх можна було використати.

З початком окупації Криму та введення бойових дій на сході країни починають з'являтися та поширюватися нові фейки, які впливають на кілька сторін: на весь світ, на інформаційний простір України та на внутрішнє середовище самої росії.

Для всього світу використовувалися наступні тези:

1. *«На Україні громадянська війна»*

Оскільки протягом тривалого часу Україна дуже часто асоціювалася з росією та СРСР. Тому слова про те, що в Україні відбувається громадянська війна переконали з кількох причин. Перша — Україна поки не мала чудово налаштованої зовнішньої політики. Друга — ніхто не хотів боротися з росією, аби уникнути всіх труднощів було вирішено просто ігнорувати те, що відбувається з надією, що росія на цьому зупиниться. Остання — ускладнювало ситуацію ще й українці, які підтверджували слова Кремля. Таким чином не було відомо як саме треба реагувати.

А прийменник «на» лише підтверджував свою приналежність до росії, а Україна не сприймається незалежною державою.

Україна боролася з цим покращуючи свою зовнішню політику, де поступово переконувала світ, що громадянської війни нема. Що є росія, яка є агресором у даній ситуації і те, що треба реагувати на це. Переговори також розглядали як варіант припинення війни.

2. *«Крим провів законний референдум та сам захотів бути частиною росії»*

Досить довго існує версія про те, що Крим є суперечливою територією. На яку претендують відразу дві країни. На превеликий жаль, це твердження дійсно сприймали і було досить чимало суперечок з цього. Найвідомішими скандалами були зі Apple та з BBC.

На це також вплинуло неправильне формулювання ЗМІ, які казали анексована територія Криму, замість окупована. Як результат, ми маємо досить вдалий фейк від якого досі намагаємося позбутися.

### 3. «Військове формування «Азов» є терористичним»

Як відомо з найкращих військових формувань в Україні є «Азов». Але кількість неправдивих новин, які були поширені на них зробили їх терористами. В це досить швидко повірили. Низка країн додала їх у свій чорний список. Серед таких були Японія (яка згодом відмінила це рішення) та росія (що є очевидним). Ледь цього не зробили США. Для інших це було питання нейтральним та на нього не реагували.

Для внутрішнього ринку росія теж використовувала пропаганду, вона використовувалася з метою поширити ворожість, ненависть та закликати населення до активних дій проти України, у найкращому випадку закликати населення до лав збройних. Україна заплуталася, ця країна не знає що робити, тому росія має її врятувати. А поява нових республік та Криму і без промивання мізків дуже позитивно сприймалася там.

#### 1. «Історія з розп'ятим мальчиком»

Напевно лише лінивий не чув неймовірно трагічну історію про бідного трьохрічного хлопчика, якого закатували жахливі українські неонацисти та бандерівці в Слов'янську. Сюжет побудований на тому, що це була публічна страта дитини, батьки якої були *ополченцями*, на очах всього міста.

Факти спростовують цю нісенітницю. Такого насправді ніколи не було. Але історія мала необхідний для росії ефект. Залякати власне населення про жорстокість українських бійців та переконувати їх в необхідності боротися з такими людьми.

#### 2. «В Україні будують концтабори»

Ця історія вже пішла після введення державної мови в сферах освіти та обслуговування. Питання мови є досить актуальним для українців. Тому жахастик про те, що Україна буде ловити всіх російськомовних людей та відправляти їх на перевиховання до концтаборів.

Новина насправді обурює своєю дикістю та жорстокістю. Але якщо повторювати, то росія знову ж таки має для себе позитивні моменти з цього.

Але також ми маємо і інший ефект. Після такої новини деякі люди з

Казахстану почали перевіряти цю новину на дійсність. Яке було їхнє здивування, що їхні очікування не справдилися, але натомість вони закохалися в Україну та залишилися тут проживати.

Дана історія лише переконує, що мовне питання треба швидко врегулювати, аби не працювали інші наративи про «двомовність» та «статус другої державної мови». А практика з країнами Балтії лише підтверджує це. Хоча російська пропаганда працює там лише на громадян росії.

### 3. *«На Україні вся верхівка влади то язичники та сатаністи»*

Така новина з'явилася у відповідь на українську політику отримання власної церкви, яка не залежить від росії. Як відомо Україна тривалий час отримувала томос (2019), який чітко розставляє на полиці наступне. Україна має власну незалежну церкву, яка не підпорядковується УПЦ МП. Україна тривалий час мала власну церкву, але через політику росії, вона її втратила на 300 років. Тому історія про «разкольників церкви» та «сатаністів» непогано спрацювало це і на вірян УПЦ МП, що вже відбудеться в майбутньому.

Часом до цієї історії ще приплітають дозволені в Україні паради на підтримку ЛГБТК+ спільноти. Що для росії це болюча та заборонена тема.

Частина таких новин мала свої як позитивні так і негативні результати. Частина новин активно проходять до своїх слухачів та поширюються світом. Вони створюють хибне враження про все що діється насправді.

З позитивних моментів можна навести, що люди у світі починають перевіряти інформацію та розуміють у неправдивості написаного російськими новинами. З 2016 року ЄС починає боротися з російською пропагандою.

З негативних — росія досі має великий вплив на глобальний інформаційний простір та диктує свої правила. Якихось радикальних дій на зміну нема та і спроб теж.

Такі моменти поступово готували нас до нового етапу розвитку ведення війни. Так перед 24 лютого 2022 року було сформовано нові пропагандистські сценарії та їхнє просування всередині країни та по всьому світу.

### 1. *«Україна протримається лише кілька днів»*

В це повірили всі, окрім українців. Шанси на те, що Україна зможе вистояти були просто мізерні. Навіть країни-партнери давали лише тиждень на існування, а далі зміна геополітичної карти світу. Через велику різницю у зброї та живої сили це виглядало досить переконливо. Але всі не врахували один момент — бойовий та моральний дух. Цей наратив зламався повністю коли ми дали відсіч та почали переконувати, що ми не тільки не здамося, але й переможемо.

З позитивного моменту, наша країна об'єдналася, стала єдиним цілим. Почала зростати в усіх аспектах. Ми повністю готові до кардинальних змін скрізь де тільки можливо і ми почали розуміти, що створити майбутнє, яке ми хочемо можемо лише ми.

З негативного, ці переконання лише гальмували необхідну доставку зброї. Таким чином було лише втрачено час, який можна було використати більш раціонально.

2. *«Такої країни як України ніколи не існувало. Це лише частина росії, яка повернеться назад під контроль»*

Цей наратив існував ще з часів советського союзу. Та існував до початку повномасштабного наступу. Більшість населення цивілізованого світу не могло багато чого розповісти про Україну. А якщо і знали, то це було близько такого: «Це десь біля росії?», «А це колишній російський регіон?» та єдине, що відрізнялося «Це там де Чорнобиль?». Сьогодні всі можуть назвати де знаходиться Україна та чим вона особлива. Це має як і плюси так і мінуси. З плюсів у майбутньому можна добре розвинути туризм, якщо Україна буде постійно на слуху та з хорошої сторони (це вже спільна робота всієї країни). З мінусів такий акцент може з часом або втомитися від всього, або розчаруватися в самій країні, бо вона не підтвердила очікування. Тому тут теж має працювати інформаційна політика та знайти необхідний баланс.

3. *«На Україні лише неонацисти і ми рятуємо народ України»*

Велика проблема росіян полягає в помилковому тлумаченні «нацизму» та «націоналізму». Якщо звернутися до енциклопедії та поглянути на визначення



то ми отримаємо різні результати. «Нацизм — політичний тоталітарний рух, який оформився в Німеччині та Австрії та ґрунтувався на ідеях експансіонізму, реваншизму, фюрерства, екстремістського націоналізму, ксенофобії, антисемізму та вищості «арійської» раси.» А «націоналізм — почуття, ідеологія та політична дія, що серед усіх ідентифікацій людини найбільшого значення надає їй належності до спільноти, названої нацією, та, відповідно, вважає цю спільноту важливою вартістю, а турботу про інтереси нації — непорушним обов'язком її членів». Через схожість частина людей дійсно плутає ці терміни, але російська пропаганда спеціально використовує цю ситуацію для власної вигоди. Єдине, в чому дійсно праві, то це в тому, що націоналізм за останній час дійсно зріз. І за це дійсно можна подякувати росіянам.

За останній час ми та світ поступово навчилися знаходити ті прояви інформаційної бомби. Проте не завжди це виходить дуже вдало, але на таких помилках можна знайти власні слабкі сторони та виправити їх на краще.

А також пропаганда працює з новинами, які роблять спеціально для інформаційного простору росії. Найголовнішими можна назвати:

### 1. *«Потерь нет»*

Ця фраза вже стала мемом. Вже більше року ведеться так звана «Спеціальная военная операция» і за цей час «хороших русских» майже 200 тисяч. Білі лади та низка інших речей не є переконливими для російського суспільства, у якому досі існує правило «баби іще нарожают».

Для всього світу це досить дивно чути, оскільки інформація про втрати росії на фронті у кожній розвідки різняться, але факт один. Втрати є і великі.

### 2. *«Там нас будут с цветами встречать»*

Більша частина російського війська, яка була на самому початку повномасштабної війни була переважно підлітки 17-19 років. Які навіть і не здогадувалися що їх чекає. Російська пропаганда спрацювала настільки добре на своїй території, що росіяни дійсно думали, що бідні українці не чинитимуть опір та дякуватимуть своїм «асвабадітелям». Як результат вони отримали розлючених людей, які їх же і вбивають у різний спосіб, від отруєних пиріжків

до здачі їхнього місцерозташування ЗСУ.

### 3. *«Всьо ідьот по плану»*

Відступ з Півночі країни, а саме з Київської, Чернігівської та Сумської областях, відступ з Харківської області та з правого берега Дніпра на Херсонщині. План з денацифікації та демілітаризації працює, але не в них. У новинах росіяни чують лише про успіхи на полі бою, але від знайомих, друзів та рідних, які безпосередньо беруть участь у війні. Все це викликає дивну реакцію, бо мозок людей промитий і сприймати реальні факти стає важче.

Отже, пропаганда та дезінформація йдуть поруч в цій війні. Вона дуже систематична та послідовна. Така інформаційна операція проводиться з певною стратегією та метою. Пропаганда може бути як м'якою, так і жорстокою. Пропаганда як в Україні так і в усьому світі проголошувала конкретні правила та є досить успішною. Бо з деякими наративами інформаційна політика спростовує і донині.

## **3.2 Методи протидії ворожій дезінформації**

Повністю захиститися від ворожого впливу майже неможливо, адже він активно налаштований не тільки на український інформаційний простір, а й на глобальний. Але цілком реально максимально «відгородитися» та навчитися правильно аналізувати та розуміти інформацію, яку ми споживаємо і таким чином захистити себе.

### 1. Інформаційна гігієна

На перший погляд нічого особливого, але це допоможе не тільки краще розбиратися в інформації, але й допоможе не «засмічувати» себе. На жаль, дуже мало людей дотримуються інформаційної гігієни, та підписуються на багатьох людей, груп, магазинів, відомих особистостей. Все це є різного роду інформаційним джерелом та додатковою роботою для головного мозку. Від такої кількості інформаційного сміття, мозок здатний стомитися та не

перевіряти чи аналізувати все, що бачить. А у відповідальну для нас мить перестане робити хоч щось. Що з часом призведе до неприємних наслідків. Приведемо як приклад перший день повномасштабної війни, громадяни постійно перевіряли новини, постійно телефонували рідним та друзям, постійно намагалися контролювати ситуацію. Від цього були найрізноманітніші психологічні стани, окрім стресу, страху та паніки. Згодом, ми адаптувалися до нових умов життя, і залишили лише кілька необхідних для нас джерел і психологічний стан відносно в межах норми.

## 2. Офіційні джерела інформації

Як просто б це не звучало, але в умовах воєнного стану, варто опиратися на офіційні джерела. Такі джерела як «Син бабусиної подруги, який працює в міністерстві» не є дуже надійним джерелом інформації. А такі плітки лише будуть на руку ворогові.

Сьогодні офіційними джерелами інформації є: президент України, Офіс президента України, Генеральний штаб Збройних сил України, Кабінет Міністрів України, Міністерство оборони України, Міністерство внутрішніх справ, Національна поліція України, ДСНС, Державна прикордонна служба України, Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України, Сухопутні війська ЗС України, Військово-морські сили України, Територіальна оборона України, Міністерство інфраструктури України, Укрзалізниця, Украерорух, Укравтодор, Міжнародний аеропорт «Бориспіль», Адміністрація морських портів України, Міжнародний аеропорт «Львів», Державна служба України з безпеки на транспорті. [30]

До таких правил закликають і ЗМІ. Є також варіант публікації новини з позначкою «Очікуємо офіційного підтвердження».

## 3. Першоджерело

Перевірка першоджерела є дуже важливою. Бо саме тут можна знайти найцікавіші спроби в дезінформації українського і не тільки суспільства. Наведемо приклад з поясненням від Детектор Медіа. Існує новина, нібито

Україна використовує заборонені міни італійського виробництва. Першоджерелом інформації стало посольство росії в Італії. Цей фейк спростували міністр оборони Італії Гвідо Кросетто.

Подібними перевірками на першоджерело займаються волонтерський інтернет-проект «StopFake». Їхня мета перевіряти та спростовувати фейки, які були створені за час з повномасштабного наступу.

#### 4. Перевіряйте отриману інформацію

Це дуже важливий процес і чимось подібний до пошуку першоджерела. ЗМІ дуже часто роблять посилання на тих, у кого беруть інформацію для новин. Якщо є низка згадок та джерела, то варто зайти на кожен та перевірити. По часу це досить затратно, але це допоможе скласти картину повністю та перевірити правдивість прочитаної новини.

#### 5. Перевіряйте власні відчуття.

Як вже згадувалося раніше є пропаганда, дезінформація та ІпсО. Останні виявити досить просто. Варто лише запитати себе «Що я відчуваю після цієї новини?», «Які саме емоції з'явилися?», «Наскільки сильно це впливає на мене?». Це найпростіший спосіб виявлення. ІпсО та дезінформація дуже часто працюють саме на емоційний стан людини. Під сильними почуттями страху та паніки дуже легко насадити необхідну новину та переманити на потрібну сторону. Таким чином людина вже стає опрацьованою та нею легко можна маніпулювати. У більшому ризику знаходяться люди, які мають когось з членів родини в тимчасово окупованій території або на боці ЗСУ. Вони знаходяться в постійному страху за своїх близьких і дуже легко піддаються інформаційним маніпуляціям.

#### 6. Довіряйте лише перевіреним джерелам

Рейтинг перевірених джерел постійно змінюється, але більшість з них залишаються незмінними. До таких належать офіційні джерела та перевірені ЗМІ. До таких ЗМІ належать: Громадське, Ліга, Українська правда, Укрінформ, Радіо Свобода, Дзеркало тижня, Букви, Суспільне. Ці (Засоби масової інформації) постійно потрапляють у Білий список, що означає їхню

професійність та якісність у роботі, яка належить журналістам.

#### 7. Використовуйте різні джерела інформації

Якщо вірити соціологічним дослідженням, то українці за цей рік повномасштабної війни довіряють лише дуже конкретним джерелам інформації до яких відноситься телебачення, інтернет-змі, інтернет-проекти, радіо. За соціальним дослідженням від Детектор Медіа, який вони проводили в 2022 році ми маємо наступну статистику: «Загалом, до більшості медіа українці ставляться підозріло — довіряють лише частково (від 58% до 84%). Але якщо у 2020 році рейтинг недовіри очолювало телебачення, то у 2022 році частка тих, хто довіряє цьому джерелу, зросла втричі (з 10% до 30%). Суттєво зросла довіра до радіо (з 23% до 40%) та подкастів — з 18% до 25%.

За останній рік суттєво збільшилася довіра до офіційних джерел. Найбільше українці довіряють інтерв'ю з очевидцем події (55%), з посиланням на українські органи влади (43%) та офіційні повідомлення на інтернет-ресурсах урядових інституцій (29%). »[15].

Крім таких базових правил існують і спеціальні проекти, мета яких запобігання поширення ворожої дезінформації та пропаганди. Також сюди входять незалежні журналістські розслідування.

##### 1. «StopFake»

Цей проект вже згадувався раніше. Спочатку це була група волонтерів, які навчалися чи працювали в Могилянській школі журналістики. Сьогодні це вже ціла громадянська організація, суть якої не тільки перевіряти всі новини на наявність ворожого впливу, але й навчати майбутніх журналістів уникати таких новин. Вперше запрацювали ще у 2014 році. Їх можна знайти на їхньому сайті, а також у соціальних мережах Facebook, Instagram, Twitter, Telegram.

##### 2. «Антизомбі»

Проект телевізійного формату, який транслюється переважно російською мовою (інколи українською) з 2015 року на телеканалі ICTV. Особливістю проекту є не тільки аналітика інформаційного простору

ворога, його спробах просунути на глобальний інформаційний простір, але і висміювання всіх слабких місць у тому просторі. Дана телепередача існує і до нині.

### 3. «Вечер з Яниною Соколовою»

Спочатку телевізійний, а згодом YouTube проєкт, де ведучою є українська журналістка Яніна Соколова. Цікавим моментом є подібність назв з пропагандистськими проєктами, які дуже не задоволені існуванням цієї програми. Мова — російська. Жанр — політично-сатирична програма. Одна з найбільш блокованих програм на українському YouTube.

Але не журналістськими проєктами єдиними. Існує ціла державна установа, яка перевіряє та контролює інформаційний простір на різноманітні прояви інформаційної небезпеки. Центр протидії дезінформації був створений за підтримки Ради національної безпеки та оборони України у 2021 році. Завдання та обов'язки Центру полягають у наступному:

- аналіз та моніторинг інформаційного простору України;
- виявлення потенційних інформаційних загроз;
- розробка стратегії для забезпечення на рівні держави інформаційного простору;
- дослідження досвіту інших держав та удосконалення вивчених методик на прикладі інших;
- співпраця з подібними організаціями та взаємообмін важливим досвідом.

І це лише частинка того, що вони виконують. Щотижня на своїй сторінці вони публікують звіти, статті, спростування та результати власної праці. Також вони проводять ряд подій, які допомагають у протидії. Вони створюють та публікують власні посібники, принципи та механізми дій.

Це лише дрібка того, що робиться для інформаційної безпеки України. Такі проєкти та установи є дуже важливими не тільки під час війни, але і в майбутньому, бо інформаційна боротьба існуватиме ще довго.

Отже, правила та методи протидії дезінформації існують ще з початку війни (2014), але не всі їх дуже сильно дотримувалися. Станом на сьогодні,

коли питання власної інформаційної безпеки стало дуже актуальним, українське суспільство уводить початкові його форми, або користується вже готовими та перевіреними новинами від джерел, яким довіряють. Та намагаються не вестися на новини, які здатні підірвати моральний дух країни.

## ВИСНОВКИ

У дипломній роботі було сформульовано основні результати дослідження, які відповідають структурі роботи.

Досліджено поняття «інформаційний простір». Сформувати точного визначення неможливо. Оскільки воно видозмінюється залежно від галузі дослідження. Приміром, з семантики інформаційний простір означає семантична діяльність людства. А з інформаційних технологій — це сукупність понять та відносин між ними, які сформовані в систему (Грегори Ньюбі). Також розглянуто різні версії утворення інформаційного простору. Які складаються з :

- 1) з появою перших наскельних малюнків;
- 2) з розвитком друкарства;
- 3) з появою інтернет-мережі.

Виявлено, що інформаційний простір складається з кількох елементів, а саме: медіа-простору, соціокультурного простору та політичного простору.

Інформаційний простір є частиною сучасної культури. Культура трансформується під впливом глобалізаційних процесів та вже є інформаційною. Суспільство також стає інформаційним. Інформаційне суспільство здатне створювати як продукт споживання, так й інформаційні загрози до яких відносять: дезінформацію, інформаційно-психологічну операцію та пропаганду.

Вивчено причини розвитку українського інформаційного простору. Основними причинами стали важливі етапи розвитку української держави, які також вплинули на формування українського інформаційного простору. Їх умовно можна поділити на 4 етапи: з моменту незалежності України, з Помаранчевої революції, Революції Гідності та початку повномасштабної війни росії проти України. Саме тоді можна спостерігати за переходом інформаційного простору від преси до телебачення, а згодом до інтернет мережі.

Шляхом аналізу виявлено вплив суспільного дискурсу на інформаційний



простір. Суспільний дискурс є важливою частиною для суспільства, оскільки воно є частиною інформаційної культури. Суспільний дискурс побутує в усіх аспектах життя від освітнього до політичного. Українська культура починає формувати важливу складову адже всі наявні проблеми починають проговорюватися та вирішуватися. Невдоволення проявляється через критику в соціальних мережах, де інформується суспільство, а згодом набирає розголосу та вимагає або шукає шляхи вирішення.

Розглянуто взаємовплив культури та мистецтва з інформаційним простором. Мистецтво, яке було під впливом одного з елементів інформаційного простору — медіа-простору, називається медіа арт. Медіа-арт дуже широко позначився на сучасну культуру, бо займає особливу роль для масової та елітарної культури. Анімація посідає важливу роль для сфери кіноіндустрії та індустрії комп'ютерних ігор. Явище мемів є поширене та часто використовується, як реакція на тригери. Подкасти з кожним новим роком охоплюють ще більшу аудиторію. NFT лише починає набирати обертів в Україні, але це явище вже починають активно досліджувати.

Проаналізовано вплив політики на інформаційний простір. Так чи інакше влада завжди могла впливати на інформаційний простір протягом всієї історії. На жаль, українська влада дуже часто використовувала його на свою користь, чим і втратила довіру частини населення у пресі та телебаченні. В умовах сьогодення в української влади є більше уповноваження для контролю інформаційного простору. Оскільки це може бути питанням безпеки цілої країни.

Під час дослідження з'ясовано, коли та як зародилася пропаганда в українському інформаційному просторі. Перше, тривалий час український інформаційний простір дуже сильно залежав від російського, що дуже сильно спростило ворогові задачу. Друге, виробництво росією серіалів та інших телевізійних проєктів та їх продаж в Україну, мало на меті завдяки «м'якої» сили захопити свідомість всієї країни. Проте після невдалої спроби наративи пропаганди, які з'являлися щоразу мали або успішний (для росіян) ефект або ні.

І останнє, для закріплення результатів пропаганда поширювалася як на внутрішній інформаційний ринок росії, так і на глобальний.

Така пропаганда тривалий час в нас закріплювала комплекси меншовартості та неповноцінності, хибне уявлення про нашу культуру, мистецтво та менталітет. Це спричинило чимало проблем, з якими ми справляємося і наразі, серед яких: мовне питання, відновлення справжньої української культури, збільшення виробництва інформаційних товарів для українців і так далі.

Дослідження показало, що існують методи протидії дезінформації. Серед яких існують універсальні правила, щодо споживання інформаційного продукту:

- дотримання інформаційної гігієни;
- пошук офіційних джерел інформації;
- пошук першоджерела;
- перевірка всіх новин;
- перевірка власних відчуттів;
- споживати інформацію з різних джерел;
- та довіряти лише перевіреним джерелам.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранова С. П., Петровська О. С Наукові дискурси та його компоненти  
URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/26210/1/Petrovs%27k%20.pdf;jsessionid=B91FF27050B872B CFCD8068E699E47AA> (Дата звернення: 18.05.2023)
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник 2-ге вид., доп. Київ: ВЦ «Академія», 2009. 376с.
3. Беляков К., Онопрієнко С., Шопіна І. Інформаційна культура в Україні: правовий вимір Київ: КВЦ, 2018. 169с.
4. Борис Л. Український телепростір періоду незалежності *ТЕЛЕ- ТА РАДІОЖУРНАЛІСТИКА*. 2020. Випуск 19. С. 131–138  
URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/view/2959/3198> (Дата звернення: 29.04.2023)
5. Буньківська О. В. Інформаційний простір: соціокультурна сутність, стан та проблеми функціонування в Україні : дис. ... канд. культурології : 26.00.01 Київ, 2009. 161с.
6. Веруцька І. Історія створення та виникнення українського телебачення  
URL: <https://naub.oa.edu.ua/2017/istoriya-stvorenniya-ta-vynyknenniya-ukra/> (Дата звернення: 27.04.2023)
7. Галаджун З. Преса України: між минулим та майбутнім *Записки Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника* 2018 Вип. 10 с. 269-282 URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=lnnbyivs\\_2018\\_10\\_16](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=lnnbyivs_2018_10_16) (Дата звернення: 29.04.2022)
8. Голуб О. Є. Медіа-арт. *Енциклопедія Сучасної України: онлайн-версія* / редкол.: І. М. Дзюба та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2018. URL: <https://esu.com.ua/article-65395> (Дата звернення: 20.05.2023)

9. Гордієнко В. Старі українські телешоу: Ігри патріотів, Форд Боярд, Шанс URL: [www.youtube.com/watch?v=Zrv7-vxc70E&t=14s](http://www.youtube.com/watch?v=Zrv7-vxc70E&t=14s) (Дата звернення: 29.04.2023)

10. Гордієнко В. Старі українські телешоу: Підйом, Маски Шоу, Файна Юкрайна URL: [https://www.youtube.com/watch?v=uWQVSKk8A\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=uWQVSKk8A_Y) (Дата звернення: 29.04.2023)

11. Даценко І. Б., Кальсін В. І. Графіка комп'ютерна. *Енциклопедія сучасної України*: онлайн-версія / редкол.: І. М. Дзюба та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2006 URL: <https://esu.com.ua/article-26854> (Дата звернення: 24.05.2023)

12. Дем'яненко О. О. Громадський деліберативний дискурс як інструмент політичної модернізації С. 7 URL: <http://eprints.cdu.edu.ua/4297/1/1280111.pdf> (Дата звернення: 23.05.2023)

13. Драбюк С. Пропаганда та її види. Шляхи подолання пропаганді : Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство» 2022 С. 153-157 URL: <http://journal-app.uzhnu.edu.ua/article/view/258841/255602> (Дата звернення: 24.05.2023)

14. Етика ділового спілкування : підручник. / Т. Гриценко та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 344с.

15. Індекс медіаграмотності українців. Аналітичний звіт за результатами кількісного дослідження: 2 хвиля : Детектор медіа URL: <https://detector.media/infospace/article/201662/2022-05-01-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-druga-khvylya-doslidzhennya-detektora-media/> (Дата звернення: 30.04.2023)

16. Інтернет ЗМІ Львівський портал URL: <https://portal.lviv.ua/archive#tabs-2003>

17. Інтернет ЗМІ Українська правда URL: <https://www.pravda.com.ua/timeline/#2000>

18. Кадлубович Т. І. Політичний дискурс інформаційного суспільства URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8070/1/20171107\\_305.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8070/1/20171107_305.pdf) (Дата

звернення: 25.05.2023)

19. Коломієць А. М., Лапшина І. М., Білоус В. С. Основи інформаційної культури майбутнього вчителя : навч. Посіб. Вінниця: ВДПУ, 2006. 88 с

20. Кононенко С. Політичний простір і політичний контроль URL: [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kononenko\\_politychnyi-2.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kononenko_politychnyi-2.pdf) (Дата звернення: 25.04.2023)

21. Кравченко А. І. Музичне мистецтво у дигітальних процесах культуротворення. URL: <http://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/4562> (Дата звернення: 25.05.2023)

22. Музей Metropolitan у Нью-Йорку визнав українськими художниками Рєпіна та Айвазовського *Букви* URL: <https://bykvu.com/ua/bukvy/muzei-metropolitan-u-niu-iorku-vyznav-ukrainskymu-khudozhnykamy-rjepina-ta-aiwazovskoho/> (Дата звернення: 25.05.2023)

23. Лебедєва-Гулей О. З Тенденції розвитку української газетної публіцистики 1991–2006 рр. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2169> (Дата звернення: 30.04.2023)

24. Лісовий В. С. Дискурс. *Енциклопедія Сучасної України: онлайн-версія* / редкол.: І. М. Дзюба та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2007. URL: <https://esu.com.ua/article-24374> (Дата звернення: 22.05.2023)

25. Медіахолдинг «1+1 Media» URL: <https://media.1plus1.ua/>

26. Медіахолдинг «InterMediaGroup» URL: <https://inter.ua/>

27. Медіахолдинг «StarLight Media» URL: <https://starlight.media/>

28. Медіахолдинг «Україна Медіа Груп» URL: <https://mgukraine.com/press-center/news/890-zayava-rinata-ahmetova-shchodo-aktiviv-media-grupa-ukrajina>

29. Ніколенко О. Як інтернет поступово з'являвся в Україні та змінив нас *Суспільне* URL: <https://web.archive.org/web/20200711003244/https://suspilne.media/17665-ak-internet-postupovo-zavlavsya-v-ukraini-ta-zminiv-nas/> (Дата звернення: 01.05.2023)

30. Офіційні джерела для отримання інформації: Перелік URL:<https://sluga-narodu.com/ofitsiyi-dzherela-dlia-otrymannia-informatsii-perelik/> (Дата звернення: 24.05.2023)

31. Подкаст Термін : веб-сайт URL: [termin.in.ua/podcast-podcaster/](http://termin.in.ua/podcast-podcaster/) (Дата звернення: 27.05.2023)

32. Поняття інформаційного простору [Електронний ресурс] Навчальні матеріали онлайн. URL: [http://pidruchniki.com/1350052747708/informatika/ponyattya\\_informatsiynogo\\_prostoru/](http://pidruchniki.com/1350052747708/informatika/ponyattya_informatsiynogo_prostoru/) (Дата звернення: 30.04.2023)

33. Про авторське право та суміжні права : Закон України від 23.12.1993 № 3792-ХІІ Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, № 13, ст.64 Закон втратив чинність на підставі Закону № 2811-ІХ від 01.12.2022 URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text> (Дата звернення: 29.04.2023)

34. Про видавничу справу : Закон України від 05.06.1997 № 318/97-ВР Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, № 32, ст. 206 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80#Text> (Дата звернення: 29.04.2023)

35. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні : Закон України від 16.11.1992 № 2782-ХІІ Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1993, № 1, ст. 1 Закон втратив чинність на підставі Закону № 2849-ІХ від 13.12.2022 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text> (Дата звернення: 29.04.2023)

36. Про запобіганням загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів) Закон України від 23.09.2021 № 1780-ІХ Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2021, № 51, ст.421 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1780-20#Text> (Дата звернення: 03.05.2023)

37. Про інформаційні агентства : Закон України від 28.02.1995 № 74/95-

ВР Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 13, ст. 83 Закон втратив чинність на підставі Закону № 2849-IX від 13.12.2022 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80#Text> (Дата звернення: 29.04.2023)

38. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-ХІІ Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 48, ст.650 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (Дата звернення: 29.04.2023)

39. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 39, ст. 181 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (Дата звернення: 29.04.2023)

40. Про телебачення та радіомовлення : Закон України від 21.12.1993 № 3759-ХІІ Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, № 10, ст. 43 Закон втратив чинність на підставі Закону № 2849-IX від 13.12.2022 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text> (Дата звернення: 29.04.2023)

41. Ремех Т. О. Розвиток у здобувачів освіти навичок аргументування та дискутування URL: <https://lib.iitta.gov.ua/725386/1/%D0%A0%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%85%20%D0%A2.%20%D1%96%D0%B7%20195-807-PB.pdf> (Дата звернення: 18.05.2023)

42. Рябчук М. Українська преса: між просвітництвом і маскультом *Критика* 1999 С. 8-16 URL: <https://krytyka.com/ua/articles/ukrayinska-presya-mizh-prosvitnytstvom-i-maskultom> (Дата звернення: 03.05.2023)

43. Сайт «Маніфест» URL: <https://manifest.in.ua/about/>

44. Степаненко В. П. Інформаційне суспільство. *Енциклопедія Сучасної України: онлайн-версія* / редкол.: І. М. Дзюба та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2011. URL: <https://esu.com.ua/article-12462> (Дата звернення: 11.05.2023)

45. Сучасна зарубіжна соціальна філософія: Хрестоматія. – Київ Либідь,

1996 250с.

46. Теремков Б. Ю. Використання поняття «соціокультурний простір» у публічному полі *Матеріали наукової конференції (2017-2018рр) Том 1: матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу, наукових працівників і здобувачів наукового ступеня за підсумками науково-дослідницької роботи за період 2017-2018 рр. Вінниця ДонНУ імені Василя Стуса 2019 с.100*

47. Толлок Д. В Педагогічний дискурс як технологія управління якістю освіти в сучасному навчальному закладі URL: [https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/11514/1/Aktualni%20problemy%20osvitno-vykhovnoho%20protsesu%20v%20umovakh%20karantyn%20obmezhen%20ta%20dystan%20navchannia\\_2021\\_151-153.pdf](https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/11514/1/Aktualni%20problemy%20osvitno-vykhovnoho%20protsesu%20v%20umovakh%20karantyn%20obmezhen%20ta%20dystan%20navchannia_2021_151-153.pdf) (Дата звернення: 17.05.2023)

48. Тягнирядно Л. Дезінформація, пропаганда і все, що між ними: як розпізнати і захиститися *Детектор Media* URL :<https://detector.media/withoutsection/article/201754/2022-08-10-dezinformatsiya-propaganda-i-vse-shcho-mizh-nymu-yak-rozpiznaty-i-zakhystytysya/> (Дата звернення: 05.05.2023)

49. Харамурза Д. В. Літературно-художні часописи України 1990-2020 рр.: Історичний ескіз *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації* URL: [https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/33159/1/D\\_Kharamura\\_VZTNUVIV\\_2\\_IJ.pdf](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/33159/1/D_Kharamura_VZTNUVIV_2_IJ.pdf) (Дата звернення: 02.05.2023)

50. Юськів Х. Наративи російської пропаганди в Україні *Вісник Львівського університету* 2020 №30 С. 226-232 URL: [http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/30\\_2020/33.pdf](http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/30_2020/33.pdf) (Дата звернення: 23.05.2023 )

51. Bly S. A., Harrison S. R., Irwin S. Media Spaces: bringing people together in a video, audio and computing environment *Communication of the act* 1993 №1 p. 27-

47 URL: <https://www.lri.fr/~mbl/ENS/CSCW/2013/papers/Bly-mediaspaces-SACM93.pdf> (Дата звернення: 20.04.2023)



52. Digital Staff The 20 Top-Selling NFT Artists to Collect Right Now *Gotham*  
URL: <https://gothammag.com/top-selling-nft-artists> (Дата звернення: 24.05.2023)

53. Gregory Newby. MIRE: a multidimensional information retrieval engine for structured data and text. *Proceedings. International Conference on Information Technology: Coding and Computing*. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/1000391>

54. Jason Withrow Site Diagrams: Mapping an Information Space URL: <https://web.archive.org/web/20140120080548/http://boxesandarrows.com/site-diagrams-mapping-an-information-space>

55. Smith, Bruce L. "Propaganda" Encyclopaedia Britannica, Inc. Retrieved 23 April 2016 URL: <https://www.britannica.com/topic/propaganda> (Дата звернення: 25.04.2023)

