

**НАЦІОНАЛЬНА БІБЛІОТЕКА УКРАЇНИ
імені В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Юлія Половинчак

**СУЧАСНЕ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ
ЯК ПРОСТІР ТРАНСФОРМАЦІЇ
УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ**

Київ 2016

УДК 316.472.4:342.3:316.3
ББК Ф3(4УКР)1+Ч238.73
С692

Затверджено до друку вченою радою
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського
(протокол № від)

Рецензенти:

В.М. Горовий, д-р наук із соц. комунікацій, старш. наук. співроб.;
І. М. Мищак, д-р іст. наук, старш. наук. співроб.

Сучасне інформаційно-комунікаційне середовище як простір трансформації української національної ідентичності: [монографія] / Ю.М. Половинчак; Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2016.

ISBN 978-966-02-7364-1

У монографії розглянуто соціальні інформаційні мережі як новітні форми інформаційних обмінів, що набувають зростаючого значення в житті сучасної України у зв'язку з успішним перебігом інформатизації, процесом зміцнення внутрішньосупільних зв'язків на новій технологічній основі. Акцентовано увагу на співвідношенні системи горизонтальних і вертикальних інформаційних обмінів під час розвитку процесів суспільної самоорганізації, удосконалення якості інформаційного забезпечення діяльності управлінських структур.

Орієнтована на науковців, практиків у сфері інформатизації, широкого загалу читачів, які цікавляться цією проблемою.

УДК 316.472.4:342.3:316.3
ББК Ф3(4УКР)1+Ч238.73
ISBN

© Ю.М.Половинчак, 2016

© Національна бібліотека України
імені В. І. Вернадського, 2014

ЗМІСТ

Вступ

I. Національний інформаційний простір як середовище сенсоутворення та інтерпретаційних моделей

- 1.1. Ідентичність у інформаційному суспільстві
- 1.2. Ідентичнісні практики в конвергентному медіа-просторі
- 1.3. Понятійно-термінологічний апарат і методологічний інструментарій дослідження

II. Ідентифікаційні системи у відображенні інформаційного ресурсу

- 2.1. Мережеве середовище як простір самоідентифікації і трансформації колективних ідентичностей.
- 2.2. Соціокультурна регіоналізація та регіональна ідентичність у сучасних інформаційних базах
- 2.3. Конкуренція альтернативних ідентичностей та проблеми негативної мобілізації у інтернет-просторі

III. Символічна репрезентація громадянської ідентичності в інтернет-просторі

- 3.1. Модернізація історичної пам'яті та політики пам'яті у електронному середовищі
- 3.2. Культурні змісти в електронному середовищі та їх світоглядний вимір
- 3.3. Інтернет-простір як лінгвокультурне середовище ідентифікаційних практик

3.4. Релігійна ідентичність у нових інформаційних реаліях

IV. Світоглядний та ідентичнісний фактор у психологічних/інформаційних війнах у мережевому просторі

4.1. Інформаційні впливи (інформаційна інтервенція) - сутність, методи та засоби здійснення в інтернет-просторі

4.2. Етнонаціональні, регіональні почуття, міфи, стереотипи як об'єкт маніпуляцій і пропаганди в інтернет-дискурсі України.

4.3. Протидія інформаційній агресії

Висновки

ВСТУП

Виклики, що сьогодні постали перед Україною, значною мірою мають світоглядний характер. Війною «за душі людей, їхні світогляди та цінності» називає нинішній російсько-український конфлікт історик, директор Національного інституту пам'яті В. В'ятрович; «війна за ідентичність» – так визначила його письменниця О. Забужко. Очевидна ціннісна складова нав'язаної країні війни, що поряд із бойовими діями включає потужний інформаційний фактор і є за своєю природою гібридною. У західній науковій думці орієнтовно вже із середини першого десятиріччя XXI ст. з'являється поняття «гібридна війна». Для характеристики сучасного протистояння України і Росії можуть бути застосовані такі поняття, як «неконвенційна війна» (unconventional warfare), «нерегулярна війна» (irregular warfare) чи «змішана війна» (compound warfare), або ж спонсоровані державою «гібридні війни» (State-Sponsored Hybrid). В усіх них вказується на «розмивання» обрисів воєнного конфлікту та залучення до нього невійськових засобів, які у звичному стані прямо не стосуються класичного воєнного протистояння. Хоча кожен конкретний елемент «гібридної війни» не новий по суті і використовувався майже в усіх війнах минулого, однак унікальними є узгодженість і взаємозв'язок цих елементів, динамічність та гнучкість їх застосування, а також зростання ваги інформаційного чинника. Причому інформаційний чинник в окремих випадках стає самостійним складником і виявляється не менш важливим, ніж військовий.

В умовах гібридної війни воєнні дії супроводжуються віртуальним знищенням світоглядних цінностей супротивника, насамперед екзистенційних

можливостей його культури, шляхом маніпуляції усіма можливими медійними засобами. Більше того, сучасні реформаційні процеси (як суспільний запит на системні зміни, так і зусилля, спрямовані на реформування та навпаки – протидію йому різних політичних гравців) є, по суті, пошуками відповіді на питання, на якій системі цінностей базуватиметься суспільство і держава в майбутній Україні.

Ці обставини актуалізують дослідження проблеми ідентичності. Загалом зазначена тема має достатньо високий рівень наукової розробки, проблемним є швидше те, що використання самого терміна стало настільки різноманітним, а його концептуальний контекст настільки широким, що поняття соціальної ідентичності залишається розмитим через перетворення з другої половини ХХ ст. на «універсальний інструмент аналізу свідомісних конструктів». Сьогодні важливим видається завдання вписування досліджень ідентичностей у світоглядний контекст нинішньої української кризи та водночас у нові медійні реалії становлення сучасного інформаційного суспільства. Ідеться про кілька факторів: по-перше, про зростання ролі медійної складової в житті суспільства, а відтак і про збільшення впливу медіа та інформації; по-друге – про процеси формування так званої мережевої ідентичності, що відбувається не лише в індивідуальному (віртуальна самопрезентація), а й у колективному (ототожнення себе з тією чи іншою групою, що існує в мережі) аспектах.

Зрозуміло, що нинішній конфлікт лише інтенсифікував ті складні, часто контрверсійні процеси, що мали місце в українському соціумі навколо трансформації уявлень індивідів і груп про себе як про членів певної нації – національних ідентичностей. Національна ідентичність не розглядається іманентно заданою, а навпаки, такою, що змінюється, реагуючи на зміну соціальних умов, тобто зазнає трансформацій. Отже, виходячи з

конструктивістської позиції, розглядатимемо націю як модерний ментальний і соціокультурний конструкт, зауваживши при цьому, що італійський соціолог А. Мартіnellі, інтегруючи погляди різних дослідників проблеми ідентичності, визначає націю як «апелюючу до свого етнонаціонального коріння (Е. Сміт) «уявлену спільноту» (Б. Андерсон), сформовану в результаті діяльності націоналістично налаштованих еліт у процесі модернізації (Е. Геллнер)». Такий підхід дає змогу говорити про націю як про складне динамічне утворення і досліджувати його не лише як соціальну систему, а й через переживання спільнотою власної ідентичності.

I. НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ЯК СЕРЕДОВИЩЕ СЕНСОУТВОРЕННЯ ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ

1.1. Ідентичність у інформаційному суспільстві

Специфіка інформаційного суспільства як соціокультурного явища стала предметом дискусій з того часу, коли інформація в різноманітних формах, проявах і носіях почала визначати переваги, а отже, успішність індустріальних технологій та економічних моделей розвитку, а відтак суспільних процесів загалом. Визначальний вплив інформації як суспільного явища чітко фіксується з кінця ХХ – початку ХХІ ст., хоча справедливо буде зауважити, що «інформаційний чинник» був притаманний і попередньому періоду людського існування. Найхарактерніша ознака інформації та водночас її головна перевага й недолік – це направленість на людину, на процес еволюції її ментальних характеристик. Людина є творцем (суб'єктом) інформації й одночасно її головним об'єктом. Поза людиною інформація зникає як соціальне явище. Набуваючи нових форм, методів і методик свого донесення, інформація стає невід'ємною частиною масової комунікації. Комунікація як обмін інформацією визначила можливість співіснування різних за кількістю та якістю людських груп, напрацювала практики ментальної стійкості та ментального взаємозбагачення, що стало чи не найголовнішою причиною їх довготривалого існування.

На сьогодні домінування інформації в усіх сферах суспільного життя відповідно до закономірностей розвитку цивілізації наближається до тотального, що створює нові умови для сфери ментального розвитку,

ментального імунітету на всіх рівнях соціальної структури суспільства та насамперед на рівні національної самоідентифікації. У наш час людина частіше відчуває залежність, аж до фізичної, від інформації. У цьому контексті варто згадати, наприклад, що забутий вдома мобільний телефон, несправний комп'ютер чи телевізор викликають у пересічної людини дискомфорт, роздратування тощо. Саме на врахуванні цих особливостей психіки сучасної людини, її свідомого та підсвідомого світу і вибудовуються різноманітні техніки та методики впливу на неї. Ще однією особливістю сучасної інформації є висока, фактично миттєва швидкість її передачі від однієї людини до іншої. Комп'ютеризація багатьох сфер життєдіяльності суспільства та поширення Інтернету, який не дарма називають всесвітньою павутиною, дають змогу бути переконаним, що інформація за секунди дійде до адресата, а швидкість її відправлення та отримання, з нашої точки зору, лише підсилює її ефективність. Стаючи дедалі доступнішими, електронні ЗМІ поступово, але впевнено перебирають пальму першості щодо впливу на формування громадської думки в друкованих періодичних видань: газет, журналів тощо. З іншого боку, враховуючи, що в останнє десятиліття роль друкованої книги, як носія інформації, поступово зменшується, а, натомість, на перший план виходять продукти новітніх інформаційних технологій у вигляді різноманітних електронних «читалок», синхронно актуалізується проблема «переміщення знань» з «паперу» в «цифру» [19, с. 418].

Таким чином, можемо констатувати тенденцію не лише до розширення національного інформаційного простору через приріст інформації, зокрема й через включення в національний обіг знання, виробленого світовими суб'єктами інформаційного суспільства, а й до його ускладнення через постійне збільшення видової різноманітності носіїв інформації. Причому

очевидно, що ця тенденція зберігатиметься й надалі. Саме тому важливо, щоб інформаційні ніші, які вивільняються під впливом об'єктивних, а час від часу й суб'єктивних факторів, у національному інформаційному просторі поступово наповнювалися якісним українським інформаційним продуктом, розширювалися за рахунок включення їх у масові комунікативні процеси, а відтак популяризувалися як у межах держави, так і поза ними. У цьому контексті справедливою та обґрунтованою вважаємо позицію В. Горового стосовно того, що «реальний шанс швидкого входження в сучасні інформаційні технологічні процеси для культурно-освітніх закладів України вбачається в їх корпоратизації, об'єднанні базових інформаційних ресурсів, технічних і матеріальних можливостей...» [20, с. 320].

Відповідно, для України одним із пріоритетних завдань на сучасному етапі має стати ефективна протидія не лише військовим, а й інформаційним впливам, що потребують ґрунтовного аналізу стану урегульованості та захищеності українського інформаційного простору від негативних зовнішніх впливів. При цьому йдеться саме про впливи, некорисні для суспільного розвитку. І взагалі, до всіх інформаційних впливів правомірним є ставлення з точки зору національних інтересів. З цієї точки зору необхідно підходити також і до заяви про те, що в українському інформаційному просторі вдалося здійснити інформаційний вплив, названий Головнокомандувачем об'єднаних Збройних сил НАТО у Європі Ф. Брідлавом «найбільш дивовижним інформаційним блицкригом, який ми коли-небудь бачили в історії інформаційних воєн» [21].

Російські дослідники також говорять про «...п'яту світову війну – інформаційно-інтелектуальну», яка розпочалася у 2006 р. Поняття «інформаційна війна» визначається як «спосіб створення системи управління

інформаційними потоками з метою організації ноосфери та світового інформаційно-психологічного простору у своїх власних інтересах» [22, с. 6]. Отже, описана ситуація актуалізує необхідність ґрунтовного аналізу стану, проблем і перспектив національного інформаційного простору.

Очевидна ціннісна складова нав'язаної країні війни, що поряд із бойовими діями включає потужний інформаційний фактор і є за своєю природою гібридною ¹, коли воєнні дії супроводжуються, як визначає Є. Бистрицький, віртуальним знищенням світоглядних цінностей супротивника, насамперед екзистенційних можливостей його культури, шляхом маніпуляції усіма можливими медійними засобами [1, с. 72–73]. Більше того, сучасні реформаційні процеси (як суспільний запит на системні зміни, так і зусилля, спрямовані на реформування та навпаки – протидію йому різних політичних гравців) є, по суті, пошуками відповіді на питання, на якій системі цінностей базуватиметься суспільство і держава в майбутній Україні.

Ці обставини актуалізують дослідження проблеми ідентичності. Загалом зазначена тема має достатньо високий рівень наукової розробки, проблемним є швидше те, що використання самого терміна стало настільки різноманітним, а його концептуальний контекст настільки широким, що поняття соціальної ідентичності залишається розмитим через перетворення з другої половини ХХ

¹ У західній науковій думці орієнтовно вже із середини першого десятиріччя ХХІ ст. з'являється поняття «гібридна війна». Для характеристики сучасного протистояння України і Росії можуть бути застосовані такі поняття, як «неконвенційна війна» (unconventional warfare), «нерегулярна війна» (irregular warfare) чи «змішана війна» (compound warfare), або ж спонсоровані державою «гібридні війни» (State-Sponsored Hybrid). В усіх них вказується на «розмивання» обрисів воєнного конфлікту та залучення до нього невійськових засобів, які у звичному стані прямо не стосуються класичного воєнного протистояння. Хоча кожен конкретний елемент «гібридної війни» не новий по суті і використовувався майже в усіх війнах минулого, однак унікальними є узгодженість і взаємозв'язок цих елементів, динамічність та гнучкість їх застосування, а також зростання ваги інформаційного чинника. Причому інформаційний чинник в окремих випадках стає самостійним складником і виявляється не менш важливим, ніж військовий. Детальніше див.: Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу // Дзеркало тижня. – 2015. – 23 січ. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/internal/gibridna-viyna-yak-klyuchoviy-instrument-rosiyskoyi-geostrategiyi-revanshu_.html.

ст. на «універсальний інструмент аналізу свідомісних конструктів» [2]. Сьогодні важливим видається завдання вписування досліджень ідентичностей у світоглядний контекст нинішньої української кризи та водночас у нові медійні реалії становлення сучасного інформаційного суспільства. Ідеться про кілька факторів: по-перше, про зростання ролі медійної складової в житті суспільства, а відтак і про збільшення впливу медіа та інформації; по-друге – про процеси формування так званої мережевої ідентичності, що відбувається не лише в індивідуальному (віртуальна самопрезентація), а й у колективному (ототожнення себе з тією чи іншою групою, що існує в мережі) аспектах.

Мережева ідентичність, таким чином, є однією з форм ідентифікації особою себе з певним колективним утворенням і водночас вказує на віртуальний простір як середовище самоідентифікації. Така самоідентифікація в орієнтирах інформаційно-комунікаційного простору здатна, з одного боку, підважувати інші ідентичності – етнічну чи національну, з іншого – створювати нові інформаційні можливості для їх формування і утвердження, про що детальніше йтиметься нижче.

Описана колізія – мережа як простір розмивання/утвердження національної ідентичності – цілком узгоджується з логікою сучасних глобалізаційних процесів, коли соціокультурна гомогенізація світу водночас супроводжується вибухом націоналізмів та регіоналізмів як захисною реакцією на культурне й ментальне нівелювання.

У сучасному світі ключові позиції в інформаційному обміні посіли країни, що лідирували як у виробництві інформації, так і у створенні відповідного устаткування. Невипадково у сфері наукових інтересів дослідників проблем сучасного глобалізму залишаються такі явища, як «інформаційний імперіалізм» або «інформаційний колоніалізм», небезпека яких цілком

реальна, причому не лише щодо слаборозвинутих у технологічному плані країн, а й щодо багатьох розвинутих країн, які не володіють потужними засобами інформації [3]. Медійні компанії провідних держав фільтрують інформаційні потоки, нав'язуючи населенню різних країн певні політичні погляди, стереотипи, прагнуть сформувати в суспільстві бажані для себе уявлення про певні події, а у свідомості населення вкоренити ті чи інші ідейні цінності та норми. Медіа-імперіалізм є підґрунтям для здійснення політичної, економічної, ідеологічної, культурної, мовної експансії. У сучасних умовах найбільш дієвим засобом культурної експансії стає поширення стереотипів масової культури, як правило, за допомогою ЗМІ, кінофільмів, повсюдної реклами тощо. Культурний імперіалізм іде пліч-о-пліч із політичним – через вплив на політичну культуру населення та економічним – через формування культури споживання (насаджування стандартів масової культури) [4].

У контексті реалізації політики медіа-імперіалізму в інформаційному просторі сучасної України доводиться констатувати експансію відразу кількох конкуруючих між собою ідеологем. Це, з одного боку, інформаційний та культурний західний імперіалізм, нав'язування стереотипів вестернізованої масової культури, що ґрунтується на культурі споживання. З іншого – російська модель інформаційного імперіалізму як один із методів збереження контролю над політичними, а відтак і економічними процесами в країнах СНД, спрямована на відродження і модернізацію історичних міфів про позитивну об'єднувальну роль Російської імперії та Радянського Союзу, фактичне існування у модифікованій формі «русского міра» історичної спільності «радянського народу» тощо.

Нинішній сплеск національних рефлексій в Україні також може

розглядатися як реакція саме на агресивне нав'язування нівелюючого проекту глобалізації у її російському варіанті – спроби інкорпорувати Україну в простір євразійства «русского мира», або ж, як називає його український соціоантрополог Р. Кісь, «Азіопи» [5, с. 14]. У формулюванні ж одного з «орієнтаційних лідерів» Укрнету О. Покемонової, цей самий висновок, активно підтриманий читачами Facebook (2 тис. «лайків» за одну годину), виглядає так: «...совки почти век потратили на то, чтобы приспать нашу генетическую память, а их скрепами деланные потомки одним движением ее разбудили. Начувайтесь» [6].

Зрозуміло, що нинішній конфлікт лише інтенсифікував ті складні, часто контрверсійні процеси, що мали місце в українському соціумі навколо трансформації уявлень індивідів і груп про себе як про членів певної нації – національних ідентичностей. Національна ідентичність не розглядається іманентно заданою, а навпаки, такою, що змінюється, реагуючи на зміну соціальних умов, тобто зазнає трансформацій. Отже, виходячи з конструктивістської позиції², розглядатимемо націю як модерний ментальний і соціокультурний конструкт, зауваживши при цьому, що італійський соціолог А. Мартінеї, інтегруючи погляди різних дослідників проблеми ідентичності, визначає націю як «апелюючу до свого етнонаціонального коріння (Е. Сміт) «уявлену спільноту» (Б. Андерсон), сформовану в результаті діяльності націоналістично налаштованих еліт у процесі модернізації (Е. Геллнер)» [7, с. 187]. Такий підхід дає змогу говорити про націю як про складне динамічне утворення і досліджувати його не лише як соціальну систему, а й через переживання спільнотою власної

² Тоді як примордіалізм розглядає національну ідентичність іманентно притаманною особі, конструктивістська парадигма наголошує на соціальній зумовленості всіх колективних ідентичностей, звідки впливає розуміння нації як культурної побудови.

ідентичності.

Важливим тут видається наголос (див., наприклад, праці української дослідниці Н. Пелагеші) на ідентичність «як процес, а не стан» – процес відбору, інтеграції і диференціації різних ідентифікацій, як на проект, що нескінченно триває, здійснюється за допомогою різних форм медіа, які виявляються засобами формування національної ідентичності [8].

Особливістю сучасної української ідентичності дослідники і публіцисти називають її несформованість, апелюючи до визначень «контroversійність», «атомізованість соціуму», «дезінтеграційні тенденції», що вказує на дефіцит чітко сформульованих і спільних для більшості громадян цінностей, ідеалів та сенсів, що закріплювали б у суспільній свідомості мотивацію існування сучасної української суверенної держави, цілісне і позитивне «уявлення-образ» України у минулому, а на майбутнє – відчуття «спільної долі». Також очевидними є відмінні уявлення різних груп про зміст і пріоритетність належності до української нації [9], коли водночас із відчуттям себе українцем громадяни східних індустріальних регіонів країни тяжіють до збереження і підтримання наднаціональної – пострадянської чи східнослов'янської – ідентичності, тоді як більшість галичан можна назвати прибічниками «націоналістичного наративу» української ідентичності. Відповідно, йдеться про тлумачення українськості у радянському і націоналістичному дискурсі, причому, про дихотомію йдеться лише у найбільш радикальних світоглядах, реально ж в Україні поширені швидше проміжні і комбіновані варіанти, причому у кризовій ситуації відбувається злам такої гібридності, відмова чи, навпаки, утвердження світоглядних преференцій. Цей висновок може бути підтверджений аналізом зрушень у світоглядних побудовах українців під впливом інформаційної і воєнної

агресії РФ. Такі зрушення засвідчило останнє загальнонаціональне опитування населення, проведене Інститутом соціології НАН України у співпраці з благодійним фондом «Інтелектуальна перспектива». Так, якщо у 2004 р. 38 % респондентів пишалися тим, що є громадянами України, то у 2015 р. абсолютна більшість населення України (67 %) пишаються тим, що вони є громадянами України (у 2005 р. таких респондентів було 53 %, у 2013 р. – 48 %, у 2014 р. – 61 %).

Отже, ідентичність конструюється в соціокультурних процесах під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників, є самоінтерпретацією національної спільноти в культурі, в продукованих національними елітами смислах та ідеях. Надзвичайно важливим у цьому контексті є повноцінне функціонування національного інформаційно-комунікаційного простору як середовища сенсотворення, вироблення дискурсивних стратегій та інтерпретаційних моделей. За висловом Е. Гелнера, для виробництва національної ідентичності потрібен «спеціальний завод, яким є національна освітня та комунікаційна система» [10, с. 159]. Тож ідентичність (національна в тому числі) безпосередньо пов'язується з проблемою дискурсу, який розуміють як спосіб продукування та організації сенсів усередині певного соціального контексту.

Оскільки однією із засад ідентичності є самовіднесення людини до певної спільноти, такий спільний вимір буття реалізується через культурні практики переживання і творення традицій, звичаїв, норм поведінки, способів думання і розуміння навколишнього світу і себе в ньому. Систематичне виявлення певної поведінки в повторюваних дискурсивних актах закріплює виявлювану в них ідентифікацію, впливаючи на динаміку та зміст суспільної свідомості, а отже – на процеси формування колективної ідентичності соціуму.

Інформаційний потенціал, від рівня якого у нинішньому світі значною мірою залежить розвиток нашого суспільства, його місце у загально цивілізаційних процесах, визначається, значним чином, національним інформаційним ресурсом. Йдеться про комплекс інформаційних структур, що забезпечують виробництво нової інформації, зберігання наявної на різних видах носіїв, а також організацію її використання за допомогою мережі соціальних комунікацій у національному та глобальному інформаційному просторі. Функцію інформаційного забезпечення процесів, що протікають в різних сферах суспільного життя, виконують численні інформаційні системи – сукупності технічних, програмних та інших засобів, об'єднані структурно і функціонально для забезпечення інформаційних процесів і надання інформаційних послуг. Такою інформаційною системою є, по суті, єдиний інформаційний простір, який набув реальних, а не науково спрогнозованих обрисів з появою глобальних комп'ютерних систем. В рамках цього простору формуються єдині інформаційні простори різних сфер діяльності. Основними компонентами будь-якого інформаційного простору є інформаційні ресурси, засоби інформаційної взаємодії та інформаційна інфраструктура. По суті, інформаційний простір, що визначається як сукупність суб'єктів інформаційної взаємодії чи впливу, власне інформації, та інформаційної інфраструктури, що забезпечує можливість обмінів і суспільних відносин у процесі утворення, передачі, розповсюдження і зберігання інформації, є домінантною складовою сучасного простору культури, що визначає рівень, характер і спрямованість соціокультурного розвитку. Суб'єктами національної інформаційно-комунікативної системи є друковані ЗМІ, телебачення і радіомовлення, інформаційні агентства, новітні засоби інформації, книговидання та розповсюдження друкованої продукції,

поліграфії, базові ресурси інформації, системи галузевої освіти та науки тощо. При цьому можна впевнено говорити про перерозподіл впливовості традиційних та нових засобів масової комунікації, обумовлений науково-технічним прогресом в інформаційно-комунікативній сфері, а також посилення конвергенції інформаційних можливостей мас-медіа.

Сучасне соціокультурне середовище як середовище для життєдіяльності та розвитку людини, що віддзеркалює пріоритетні цінності та умови реалізації особистісних і соціально значущих потреб, характеризується зростанням свого інформаційного простору, динамікою суспільних подій, розширенням та активізацією різних сфер людської діяльності, потужними комунікативними зв'язками. Найвагомим чинником розвитку інформаційного простору сьогодні як у горизонтальному вимірі – розширенні та об'єднанні, так і у вертикальному – поглибленні, тобто ускладненні і набутті якісно нових рис, є сучасні комунікативні канали передачі даних, зокрема, технології Інтернету. Значна частина основних соціальних функцій мережі Інтернет так чи інакше пов'язана з інфотворчим процесом – інформаційна, комунікаційна, репрезентативна, перетворююча, креативна, мобілізуюча, компенсаційна функції визначають різке зростання як кількості цифрових інформаційних ресурсів, так і їх частки у інформаційному просторі. Зазначена тенденція пов'язана, з одного боку, із створенням цифрових ресурсів, що не мають аналогів на нецифрових носіях, опублікованих on-line, так і перенесенням на цифрові носії традиційних інформаційних ресурсів.

Принципових змін зазнають засоби масової комунікації – з одного боку, зростає питома вага електронних ЗМІ, причому це зростання відбувається не лише шляхом заснування засобів масової інформації у

Мережі, а і створенням паралельно з друкованими електронних версій видань чи переходу ЗМІ в режим мережевого функціонування. Посилення зазначеної тенденції зумовлене як значними економічними перевагами електронних ЗМІ перед друкованими, так і їхньою оперативністю, доступністю в режимі 24/7 з будь-якої точки планети, вищою мобільністю у запровадженні технічних новацій. Зростання питомої ваги цифрової інформації характерне і для наукової комунікації на сучасному етапі, при тому, що саме наукова інформація становить важливу частину національних інформаційних ресурсів. Поряд із електронною публікацією наукових статей, створенням відкритих архівів, веденням наукових блогів, віртуальних лабораторій, зростає значення баз даних, сервісів зберігання закладок, що дають змогу зберігати, систематизувати і обмінюватися посиланнями на наукові публікації з більшості баз даних.

Активне продукування цифрових ресурсів в останні десятиліття зумовлене поширенням технологій Web 2.0 – комплексного підходу до організації, реалізації та підтримки Web-ресурсів з урахуванням мережевих зв'язків і соціальних потреб користувачів, з метою створення найбільш інтерактивного і зручного інтерфейсу для користувача. До основних принципів Веб 2.0 можна віднести невід'ємне право користувачів самостійно створювати контент, маніпулювати ним та управляти зв'язками між своїми та чужими матеріалами, отже мова йде про скоординовану активність окремих користувачів по формуванню та наповненню мережі контентом. Цілком виправданим видається визначення мережевого простору як «віртуальної агори та експериментального комунікативного майданчику XXI століття, що дозволяє реалізовуватися найфантастичнішим комунікативним практикам і прагненням» [8, с.47.].

Таким чином, технології Web 2.0 сприяють залученню до створення контенту користувачів, розширюючи можливості співпраці і співтворчості. Зрозуміло, що далеко не весь користувацький контент є якісним, оригінальним, актуальним і суспільно корисним, швидше навпаки, проте технології другого вебу, демократизуючи процеси інфотворення, сприяють наповненню національних ресурсів новою (в тому числі, новою за якісними характеристиками) інформацією. Так, сьогодні активно розвивається блогосфера, відбувається як становлення громадянської журналістики - непрофесійної діяльності громадян, які беруть активну участь у процесі збирання, аналізу та поширення інформації через соціальні медіа, так і вироблення методичних засад та наукове осмислення цього явища. Показовим у цьому контексті є рішення Бібліотеки Конгресу США зробити архів усіх публікацій (твітів) соціальної мережі Twitter, починаючи з моменту запуску цього проекту в 2006 році. Це амбітне завдання зумовлене відображенням суспільних процесів у соціальних медіа, що доповнюють, а в деяких випадках витісняють інші засоби зв'язку і творчого самовираження³. Фактично, цей проект Бібліотеки конгресу ілюструє один із підходів до акумуляції контенту для поповнення інформаційних баз даних: максимальне, по можливості вичерпне збирання цифрових матеріалів, що можливо із технічних, фінансових та інших причин далеко не завжди. Альтернативна стратегія базується на визначенні суспільно значущих ресурсів залежно від культурних пріоритетів, наукових запитів, економічної доцільності тощо та їх акумуляції.

Поряд із кардинальним зростанням виробництва інформації в Мережі, істотний вплив на наповнення інформаційного середовища останні 20 років

мають чисельні проекти з оцифрування документів, створених на традиційних носіях, здійснювані в більшості розвинених країн світу навіть не окремими інформаційно-культурними інституціями, а в межах національних програм: американський проект «Національна цифрова бібліотека», проект «Нова національна бібліотека Франції», аналогічні британська, німецька, японська програми; розвиваються глобальні проекти: програма ЮНЕСКО «Пам'ять світу», «Електронна Європа» (eEurope), бібліотека Europeana, Світова цифрова бібліотека.

Отже, розвиток інформаційних технологій в кінці ХХ - початку ХХІ століття сприяв не лише якісним змінам у національному та глобальному інформаційному просторі – інтенсифікації виробництва нової інформації, створенню принципово нових способів її зберігання, пошуку і подання, але і виникненню нового культурного та мовного середовища, нової соціокультурної реальності, що формується і стрімко розвивається з розширенням сфери дії сучасних засобів комунікації. Користувач Мережі, виходячи в Інтернет, «знаходить там відображену культуру і самостійно вписується в той чи інший її сегмент» [4, с. С. 222.]. Таким чином, актуалізуються питання дослідження інтернет-комунікацій, процесів продукування суспільно значимої інформації за участі наукових, культурних, медійних та інших інституцій; відтак – питань структуризації інформаційного простору; інформаційних обмінів та проблем інформаційного суверенітету. Електронні тексти є системоутворюючою ознакою інтернет-простору як соціальної реальності, а відтак він є дискурсивним за своєю природою простором, будучи при цьому найбільш динамічною та наймасштабнішою (за кількістю інформації – продукованої та такої, що циркулює в ньому) складовою інформаційного простору. Таким

чином, дискурс повинен розглядатись як змістовна складова інформаційного простору і чинник функціонування соціокультурного середовища.

Мобілізація наявних загальносуспільних інформаційних ресурсів, а також інформаційних ресурсів кожної нації, держави в принципі створює можливості для формування оптимального економічного укладу, оптимальної суспільної організації у поєднанні з місцевою специфікою, сприяє реалізації можливостей гармонійного розвитку людини як творчої індивідуальності і свідомого повноцінного члена всієї системи соціальної спільностей, до якої вона належить. Реалізація даної тенденції в процесі розвитку людської цивілізації набуває дедалі більшої актуальності і з розвитком суспільства входить у систему основних показників його життєздатності.

До сказаного вище про найрельєфніше проявлені в сьогоденні основні позитивні риси впливу загальноцивілізаційної бази на суспільні перетворення в період переходу до постіндустріальної, інформаційної епохи, потрібно додати одне істотне застереження: розширення доступу до інформації, в цілому, створює лише умови для позитивного вирішення актуальних суспільних проблем в усіх регіонах світу, в усій багатогранності держав і націй, що в сукупності створюють строкату політичну карту світу. Реалізація цих умов залежить від цілого ряду чинників, серед яких чи не найважливішим залишається рівень зрілості соціальних складових суспільства, рівень готовності до ефективного використання суспільнозначимої інформації націй і держав, конкретного користувача. Насьогодні ця зрілість все більше проявляється, поряд із організацією виробництва і використання власної інформації, в ступені ефективності використання глобальних інформаційних ресурсів в державних,

національних інтересах, у використанні світових інтелектуальних надбань для ефективного національного розвитку.

У період входження до постіндустріального, інформаційного етапу розвитку суспільства особливістю основних загальноцивілізаційних процесів є раніше невідома активізація двох основних діалектично взаємопов'язаних тенденцій еволюції інформаційних процесів. Одна з них полягає у збільшенні кількості та зміцненні інформаційних зв'язків глобального значення, що у своїй сукупності створюють умови для функціонування глобального інформаційного простору. Сьогодні цей простір, доступний завдяки наявним технічним можливостям для будь-якої людської спільності і є основою зростаючої єдності, цілісності людства. Слід при цьому зазначити, що абсолютизація розвитку даної тенденції призводитиме поряд із позитивними факторами інформаційних обмінів до широкого, складноконтрольованого впливу негативних тенденцій глобалізації, що будуть розглянуті нижче і серед яких одним із найбільш суттєвих є загальна уніфікація всіх сфер людської діяльності.

Інша тенденція пов'язана з переходом до того етапу розвитку кожної із соціальних інформаційних баз у їх суспільній ієрархії, коли вони завдяки вдосконаленню системи партнерських зв'язків із глобальним інформаційним простором та системою горизонтальних зв'язків, в тому числі й із розвитком соціальних мереж, набувають відносної самостійності, можливостей для самоідентифікації і все активнішого прояву в інформаційній сфері діяльності в якості самостійного суб'єкта і об'єкта інформаційних впливів [47].

Обидві тенденції, за наявними вже сьогодні ознаками, зафіксованими багатьма дослідниками, ґрунтуються на сучасних економічних

трансформаціях, що в крайніх своїх проявах з одного боку, співвідносяться з ознаками глобального інформаційного імперіалізму, з іншого – з ознаками нового соціально-економічного ладу, основною особливістю якого є соціалізація розвитку, який умовно можна назвати за аналогією глобально демократичним. В літературі пропонується кілька назв такого ладу: посткапіталізм, постіндустріалізм, постеконізм, інформаційне суспільство, інтелектуальне суспільство, ноосферне суспільство та ін.

При всьому цьому, як свідчить суспільна практика останніх десятиріч, вплив глобальних інформаційних ресурсів на суспільну свідомість в різних країнах світу далеко не обов'язково гарантує загальну соціально-культурну уніфікацію. Навпаки, як свідчить соціальна практика, в останні десятиріччя значного поживлення в різних країнах світу набувають процеси національної самоідентифікації, боротьби за національні інтереси. Збільшення можливостей доступу до сучасних інформаційних технологій сприяє організації на рівні держав і націй протидії новому імперіалізму сучасних глобалізаторів в процесі національного розвитку на новому, інформаційному етапі суспільної життєдіяльності. Цю протидію не варто недооцінювати. Досвід засвідчує, що організаційно вона ґрунтується на наявній на сьогодні життєздатності інституту держави, збережених соціокультурних, ще точніше – національних традиціях розвитку націй і держав.

Таким чином, вивчення інформаційної глобалізації ув'язується дедалі більшою мірою з процесами дослідження загальносуспільних перетворень у всіх сферах життя і стає все важливішим напрямом теоретичної та науково-практичної діяльності.

1.2 Ідентичнісні практики в конвергентному медіа-просторі

Інформаційний потенціал, від рівня якого у нинішньому світі значною мірою залежить розвиток нашого суспільства, його місце у загально цивілізаційних процесах, визначається, значним чином, національним інформаційним ресурсом. Йдеться про комплекс інформаційних структур, що забезпечують виробництво нової інформації, зберігання наявної на різних видах носіїв, а також організацію її використання за допомогою мережі соціальних комунікацій у національному та глобальному інформаційному просторі. Функцію інформаційного забезпечення процесів, що протікають в різних сферах суспільного життя, виконують численні інформаційні системи – сукупності технічних, програмних та інших засобів, об'єднані структурно і функціонально для забезпечення інформаційних процесів і надання інформаційних послуг. Такою інформаційною системою є, по суті, єдиний інформаційний простір, який набув реальних, а не науково спрогнозованих обрисів з появою глобальних комп'ютерних систем. В рамках цього простору формуються єдині інформаційні простори різних сфер діяльності. Основними компонентами будь-якого інформаційного простору є інформаційні ресурси, засоби інформаційної взаємодії та інформаційна інфраструктура. По суті, інформаційний простір, що визначається як сукупність суб'єктів інформаційної взаємодії чи впливу, власне інформації, та інформаційної інфраструктури, що забезпечує можливість обмінів і суспільних відносин у процесі утворення, передачі, розповсюдження і зберігання інформації, є домінантною складовою сучасного простору культури, що визначає рівень, характер і спрямованість соціокультурного розвитку.

Найвагомішим чинником розвитку інформаційного простору сьогодні як у горизонтальному вимірі – розширенні та об'єднанні, так і у вертикальному – поглибленні, тобто ускладненні і набутті якісно нових рис, є сучасні комунікативні канали передачі даних, зокрема, технології Інтернету. Значна частина основних соціальних функцій мережі Інтернет так чи інакше пов'язана з інфотворчим процесом – інформаційна, комунікаційна, репрезентативна, перетворююча, креативна, мобілізуюча, компенсаційна функції визначають різке зростання як кількості цифрових інформаційних ресурсів, так і їх частки у інформаційному просторі. Зазначена тенденція пов'язана, з одного боку, із створенням цифрових ресурсів, що не мають аналогів на нецифрових носіях, опублікованих on-line, так і перенесенням на цифрові носії традиційних інформаційних ресурсів.

Принципових змін зазнають засоби масової комунікації – з одного боку, зростає питома вага електронних ЗМІ, причому це зростання відбувається не лише шляхом заснування засобів масової інформації у Мережі, а і створенням паралельно з друкованими електронних версій видань чи переходу ЗМІ в режим мережевого функціонування. Посилення зазначеної тенденції зумовлене як значними економічними перевагами електронних ЗМІ перед друкованими, так і їхньою оперативністю, доступністю в режимі 24/7 з будь-якої точки планети, вищою мобільністю у запровадженні технічних новацій.

Зростання питомої ваги цифрової інформації характерне і для наукової комунікації на сучасному етапі, при тому, що саме наукова інформація становить важливу частину національних інформаційних ресурсів. Поряд із електронною публікацією наукових статей, створенням відкритих архівів, веденням наукових блогів, віртуальних лабораторій, зростає значення баз

даних, сервісів зберігання закладок, що дають змогу зберігати, систематизувати і обмінюватися посиланнями на наукові публікації з більшості баз даних.

Технології Web 2.0, дозволяючи залучати до створення контенту користувачів, демократизуючи процеси інфотворення, сприяють наповненню національних ресурсів новою (в тому числі, новою за якісними характеристиками) інформацією. Так, сьогодні активно розвивається блогосфера, відбувається як становлення громадянської журналістики - непрофесійної діяльності громадян, які беруть активну участь у процесі збирання, аналізу та поширення інформації через соціальні медіа, так і вироблення методичних засад та наукове осмислення цього явища. Показовим у цьому контексті є рішення Бібліотеки Конгресу США зробити архів усіх публікацій (твітів) соціальної мережі Twitter, починаючи з моменту запуску цього проекту в 2006 році. Це амбітне завдання зумовлене відображенням суспільних процесів у соціальних медіа, що доповнюють, а в деяких випадках витісняють інші засоби зв'язку і творчого самовираження. Фактично, цей проект Бібліотеки Конгресу ілюструє один із підходів до акумуляції контенту для поповнення інформаційних баз даних: максимальне, по можливості вичерпне збирання цифрових матеріалів, що можливо із технічних, фінансових та інших причин далеко не завжди. Альтернативна стратегія базується на визначенні суспільно значущих ресурсів залежно від культурних пріоритетів, наукових запитів, економічної доцільності тощо та їх акумуляції.

Поряд із кардинальним зростанням виробництва інформації в Мережі, істотний вплив на наповнення інформаційного середовища останні 20 років мають чисельні проекти з оцифрування документів, створених на

традиційних носіях, здійснювані в більшості розвинених країн світу навіть не окремими інформаційно-культурними інституціями, а в межах національних програм: американський проект «Національна цифрова бібліотека», проект «Нова національна бібліотека Франції», аналогічні британська, німецька, японська програми; розвиваються глобальні проекти: програма ЮНЕСКО «Пам'ять світу», «Електронна Європа» (eEurope), бібліотека Europeana, Світова цифрова бібліотека.

Отже, розвиток інформаційних технологій в кінці ХХ - початку ХХІ століття сприяв не лише якісним змінам у національному та глобальному інформаційному просторі – інтенсифікації виробництва нової інформації, створенню принципово нових способів її зберігання, пошуку і подання, але і виникненню нового культурного та мовного середовища, нової соціокультурної реальності, що формується і стрімко розвивається з розширенням сфери дії сучасних засобів комунікації. Таким чином, актуалізуються питання дослідження інтернет-комунікацій, процесів продукування суспільно значимої інформації за участі наукових, культурних, медійних та інших інституцій; відтак – питань структуризації інформаційного простору; інформаційних обмінів та проблем інформаційного суверенітету.

Шаблони індивідуальної та колективної поведінки в сучасному світі формуються і транслуються переважно мас-медіа⁴. Більше того, як вказує дослідник українських медіа В. Кулик, більшість авторитетних у сенсі приписування ідентичностей інституційних дискурсів – науковий, освітній, релігійний, політичний, досягають своїх споживачів за посередництвом

⁴ Докладніше про взаємозв'язок дискурсу й ідентичності та роль медіа у творенні національної ідентичності див.: Кулик В. «Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки». – К.: Критика, 2010. – 656 с.

медіа, тобто зазвичай у тому вигляді, який обирають медіа [11]. Відповідно, якщо медійний дискурс є одним із визначальних чинників формування ідентичностей, то логічно розглядати дискурсний аналіз як один із основних інструментів вивчення ідентичності. Ще один висновок: зростання значення інтернет-комунікації та мережевого простору як простору перебігу соціокультурних процесів актуалізує дослідження його в контексті трансформації української національної ідентичності. Такі характеристики інтернет-комунікації, як мультимедійність, інтерактивність, глобальність, істотно змінюють її вплив порівняно з традиційним медійним дискурсом, що є особливо важливим на сучасному етапі в умовах інформаційної агресії.

Мультимедійність мережевих інформаційних ресурсів, що забезпечується новітніми технологіями багатоканальної передачі інформації, під час якої поєднуються різні знакові системи, дозволяє об'єднати у веб-документі графіку, текст, відео, аудіо, фотографію, анімацію, звукові ефекти, звуковий супровід тощо й цим самим розширює параметри тексту, змінює співвідношення статички і динаміки – від перегляду «усім світом» масових заходів: спортивних, культурних, політичних, до бойових дій, що їх сьогодні можна спостерігати у, по суті, прямому ефірі. Таким чином формуються досвід спільного переживання, сильні емоційні зв'язки. Зазначимо, що поняття типу «Укрнет» чи «Рунет» означає не лише суму технічних та інформаційних ресурсів, а й спільноту користувачів, вписану в глобальний інформаційний простір, але з власними зв'язками і особливостями.

Власне, попри те, що Інтернет є глобальною мережею, особливості національних процесів інформатизації, а також специфіка політичного, економічного, культурного життя в різних країнах дають змогу говорити про формування національних сегментів інформаційного простору, в якому

функціонують ресурси з достатньо вираженими національними особливостями.

З'ясування специфіки розвитку української блогосфери потребує чіткого окреслення предмета аналізу і його меж. Одним із ключових показників національного простору в мережі Інтернет виступає мова, відповідно, серед окремих українських блогерів і дослідників побутує думка, що український сегмент блогосфери та Інтернету загалом має визначатися за мовною ознакою. За цією ж логікою російські дослідники представляють українську блогосферу частиною загальноросійської, з огляду на домінування в ній російської мови. А втім, для досліджень специфіки українських масових комунікацій виокремлення національного інформаційного простору за мовною ознакою не може вважатися репрезентативним, оскільки в умовах білінгвізму в Україні продукується як російськомовний, так і україномовний контент, паралельно з публікаціями іншими мовами. Отже, мовний, як і географічний (розташування хостингу, що визначається переважно фінансуванням чи фактором безпеки), підхід до визначення національних сегментів блогосфери в українських реаліях не може вважатися ефективним.

Найбільш показовим для визначення Укрнету видається контекстний підхід, до якого можна застосувати критерії, розроблені у документознавстві для створення «україніки» як української національної бібліографії творів, що безпосередньо або непрямо стосуються всіх сторін життя України, документів з української тематики, що виникли і побутували за її межами⁵.

Щодо пропонованого поняття Укрнету як мережевої україніки показовим видається висновок дослідження російськомовної блогосфери, виконаного

⁵ Детальніше про розвиток та зміст поняття «україніка» див.: Україніка як загальноцивілізаційний культурний феномен // Національний інформаційний комплекс і його роль у глобальному інформаційному просторі / О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик. – К., 2014. – С. 36–60.

Центром Беркмана при Гарвардському університеті в 2010 р., що ґрунтується саме на мовному критерії, про неефективність якого йшлося вище. Згідно з результатами дослідження аналізовані «регіональні блогери з України», що розглядаються як учасники російської блогосфери, пишуть в абсолютній більшості (84 %) в Україні, використовуючи переважно українські зовнішні посилання [12, с. 23, 55]. Тому логічним було б говорити не про «регіональних учасників російської блогосфери», а про українську блогосферу, що об'єднує блогову україніку – публікації, цитати, мультимедійний контент, пов'язані гіперпосиланнями, та коментарі веб-сторінок (блогів), створені українськими користувачами, з українським хостингом, що стосуються українських реалій; при цьому жоден із критеріїв не може вважатися абсолютним [13].

Такий підхід логічно поширювати на весь контент і визначати Укрнет як сукупність усіх ресурсів і дискурсів, створених українцями українською та іншими мовами, що прямо чи опосередковано стосуються української тематики. Включення до переліку не лише ресурсів і контенту, а й дискурсу, пов'язане з такою важливою характеристикою інтернет-комунікації, як інтерактивність – участь користувачів у творенні контенту. Тобто, якщо російський (чи будь-який інший) журналіст, блогер, політик на російському ресурсі висловлює власну (російську, відповідно) точку зору щодо української проблематики, про російський інтернет-дискурс йдеться лише до того моменту, коли українські користувачі включаються в обговорення, створюючи через коментарі значущий (тут йдеться про зміст і кількість інформації) контент. Відповідно, дискурсивний акт, для якого неукраїнська публікація стала лише інформаційним приводом, створює тред⁶ коментарів,

⁶ Thread (англ. – нитка) в інтернет-форумах, блогах, списках розсилки, конференціях – відповіді на

посилань тощо, які включають дане повідомлення в український дискурс. Наприклад, влітку 2014 р. на сторінках канцлера Німеччини у соцмережах українці масово висловлювали своє ставлення щодо позиції ЄС та Німеччини в російсько-українському конфлікті. Фейсбук-сторінка Angela Merkel наповнена коментарями українців і користувачів, які їм співчували. Danke, Frau Ribbentrop! («Спасибі, фрау Ріббентроп!») – найчастіше саме цю фразу писали на сторінці, натякаючи на пакт Молотова-Ріббентропа, яким Сталін і Гітлер ділили Європу. Характерним прикладом може також бути обговорення так званих декомунізаційних законів навесні-влітку 2015 р. Зміни, обов'язкові до внесення в інформаційний і символічний простір України, зумовили досить широку дискусію як серед фахівців, так і серед пересічних громадян.

Парадоксально, але для дослідження дискусій української Фейсбук-спільноти більш перспективною видається сторінка російського каналу «Дождь», аніж Українського інституту національної пам'яті. Остання об'єднує швидше однодумців, що підтримують рішення, позиція противників представлена недостатньо. В обговореннях проблеми на фейсбук-сторінці російського ресурсу представлено максимально широкий набір аргументів як російських, так і українських користувачів, причому говорити, що останні опинилися в меншості не випадає.

Описані взаємовключення інформаційних і дискурсивних полів варто розглядати в контексті сучасних процесів конвергенції, що приводять також до посилення мультимедійності, набуття більших чи менших рис інтерактивності нового контенту. Медіаконвергенція (від англ. media –

повідомлення, що показуються у вигляді пов'язаної послідовності («гілки»), якщо їх об'єднує спільна тема або загальний ідентифікатор. Див.: Wolsey, T. D. Literature discussion in cyberspace: Young adolescents using threaded discussion groups to talk about books // Reading Online (2004, January/February). – № 7(4). – Available: http://www.readingonline.org/articles/art_index.asp?HREF=wolsey/index.html.

засоби, способи і латин. *convergo* – сходжусь, наближаюсь) – це процес злиття традиційних засобів масової інформації та комунікації (Інтернет і засоби мобільної телефонії) в єдиний інформаційний ресурс [14] і викладення змісту в цифровій формі. Характерний приклад – створення й активний розвиток інтернет-версій більшості впливових ЗМІ, поява онлайн радіо і телебачення. Трансформація інформації в іншу форму відбувається без зміни змісту та передачі її споживачеві за допомогою технологічних винаходів до асиміляції в мережі різних рис телебачення, друкованих видань, радіо та кінематографа. Має місце також взаємопроникнення технологій впливу: маніпулятивних, журналістських, публіцистичних, психологічних, PR, рекламних [15, с. 2], і це зближення різних медіа-практик створює новий дискурсивний простір зі своїми особливостями. Американська дослідниця С. Херрінг вважає їх останнім трендом у розвитку комп'ютерно-опосередкованої комунікації [16], заявляючи, що вже власне можна говорити не просто про комп'ютерно-опосередковані комунікації, а про комп'ютерно-опосередковані комунікації конвергентних медіа.

Інтегрованість конвергованих медіа спрямована на конкретного користувача, який перетворюється одночасно на виробника і споживача медійного продукту, що дає йому змогу поєднувати різні ролі та функції, ставати редактором або навіть творцем нового інформаційного продукту. Нові медіа, які є результатом медіаконвергенції, ґрунтуються на комунікації «від багатьох – до багатьох», на противагу традиційним мас-медіа, де комунікація здійснюється за принципом «від одного – багатьом» [17]. Ключовим фактором є те, що контент генерується безпосередньо користувачем (User Generated Content).

Інтернет-комунікація передбачає інтерактивність, визначальною є

діалогова взаємодія користувачів. Якщо на ранньому етапі функціонування мережевого інформаційного простору мало сенс розмежування ресурсів і можливостей на веб 1.0 та веб 2.0 (остання назва вказувала на інтерактивність, тоді як ресурси першого покоління веб не передбачали участі користувача у створенні контенту), то сучасні процеси конвергенції уможливають інтерактивність майже на всіх рівнях інтернет-комунікації. Найвищий рівень інтерактивності притаманний соціальним медіа, найнижчий, із зрозумілих причин, – офіційним сайтам урядових чи, скажімо, наукових установ.

Соціальні медіа охоплюють різні сервіси: соціальні мережі, призначені для забезпечення горизонтального спілкування зацікавлених у ньому абонентів, на зразок Facebook чи ВКонтакте; блогосферу як сукупність блогів – періодично оновлюваних веб-сторінок із датованими записами і спільноту блогерів, які читають та коментують, посилаються один на одного, що призводить до створення нової субкультури; мікроблогінг як засіб оперативного спілкування, гібридну форму медіа, що поєднує властивості служби миттєвих повідомлень, блогів, електронної пошти та соціальних мереж; відеохостинги, користувачі яких можуть додавати, переглядати і коментувати відеозаписи та інші сервіси мережі. Блогосфера також може розглядатись як жанровий різновид конвергенції в медіа, що характеризується злиттям елементів форм подачі матеріалу: інформація, коментар до неї, актуальне інтерв'ю тощо [15, с. 2].

Водночас для офіційних інтернет-представництв, що не прагнуть, як правило, до інтерактивності, як і для більшості інших ресурсів, характерне представлення в соціальних медіа, коли інтерактивне представництво і одностороння комунікація здійснюються паралельно. У випадку зі ЗМІ (їх

інтернет-версії чи власне он-лайнні ЗМІ, що не мають оф-лайнних аналогів) частіше йдеться про вмонтовування інтерактивних можливостей безпосередньо в сайти. Найдавнішою формою полілогічної комунікації на таких сайтах можна вважати форуми, де читачі відразу висловлювали власні думки щодо прочитаного, вступали в дискусії між собою чи з редакцією, та опитування. Сьогодні частина видань перенесла можливість обговорення в соціальні мережі (для українських ЗМІ це найчастіше Facebook, Twitter, VK, Google+, YouTube), оскільки це дозволяє відмовитись від модерування дискусій (на сайті ЗМІ така необхідність є, бо все написане користувачами стає частиною контенту сайту і треба нести за це відповідальність), сприяє значному збільшенню аудиторії (будь-яка активність читачів видання у соцмережах дозволяє залучати «читачів читачів»). Водночас можна говорити про «вбудовування» у власне електронне ЗМІ елементів соціальних медіа. Так, для українських ЗМІ характерне створення блогових майданчиків на більшості популярних ресурсів – таким чином залучаються ресурси блогосфери. Майже всі професійні українські інтернет-видання містять блоги, які ведуть відомі журналісти, політичні або громадські діячі, представники культури та пересічні користувачі мережі, телепрограми включають коментарі з блогів і соціальних мереж у свої сюжети. У сайти професійних ЗМІ може вмонтовуватись «твіттер-стрічка», що фактично виконує функції оптимально швидко оновлюваної стрічки новин від десятків «кореспондентів». Така практика характерна, наприклад для «УП» та інтернет-версії «Українського тижня». Використовуються також стріми та відео-контент із відеохостингу YouTube (як джерело чи ілюстрація в статті або як окремий матеріал чи навіть самостійний жанр фото-відеорепортажу, відеоблогу), трансляція теле- чи радіомовників (hromadske.tv на УП; «FM

Галичина» – газетою «День»).

Ще одна тенденція, яку можна назвати зовнішньою інтерактивністю, пов'язана із поширенням мобільних пристроїв і зростанням частки виходу в Інтернет саме з них. Ці технологічні новації призвели до поширення ефекту second screen, «другого екрана» – коли глядач перед телевізором одночасно виходить в Інтернет з мобільного пристрою і або отримує кілька потоків інформації, або долучається до обговорення телевізійного контенту з інтернет-користувачами. Таке інтегроване споживання інформації може бути передбачене авторами контенту (сайт із можливістю обговорення, створений телеканалом), або непередбаченим, стихійним, організованим користувачами в соціальних медіа. Цей феномен можна спостерігати під час популярних спортивних змагань, коли стрічка Facebook переповнюється «вигуками» вболівальників, або під час трансляції звичних для українського телеглядача багатогодинних політичних ток-шоу. Резонансні епізоди умовного «Шустера» обговорюються у соцмережах під час програми і по її завершенні, окремі моменти через YouTube актуалізуються лідерами думок для подальшого обговорення. Фактично йдеться про зовнішню інтерактивність більшості медійних продуктів.

Отже, якщо візуальний канал – «телекартинка» – не передбачає і не потребує «додавання-домислення» [18], пропонує готові смисли, то описана набута зовнішня інтерактивність змінює цю характеристику. Можна говорити про вирішальну роль споживача не лише у створенні продукту, у визначенні часу та способу споживання, а й про появу нової якості медіакритики – критики, яка надходить від користувачів і впливає таким чином на роботу професіоналів-медійників [19].

З іншого боку, інтернет-простір створює умови для впливу користувачів

на контент, що їм пропонується: це і можливість вибору через рекомендації інших користувачів, і використання соціальних медіа як свого роду агрегатора новин. І Facebook, і Twitter дають змогу вибрати для читання як ЗМІ, так і окремих блогерів, сформувати тематичні, регіональні чи інші інформаційні кластери та модерувати власну стрічку залежно від бажаного результату. Інформаційний порядок денний сучасного споживача медійного продукту формують не традиційні ЗМІ, такі як ефірні телеканали чи популярні газети, а френдстрічка – сукупність дописів та рекомендацій тих людей, брендів і організацій, із якими він перебуває у постійному контакті та взаємодії. Це зумовлює застосування механізму фільтрації та посилення інформаційних сигналів – російський медіадослідник А. Мірошніченко називає його «вірусним редактором».

Принциповою характеристикою інтернет-простору в світлі проблеми національної ідентичності є його глобальність, зумовлена транснаціональністю. У мережі кордони (не розглядатимемо тут авторитарних спроб державного контролю інтернет-простору) існують переважно лише там, де їх створює сам користувач. Ідеться про кордони мовні, світоглядні тощо. Вільний рух інформації є одним із найважливіших досягнень епохи Інтернету, але водночас виникає небезпека інформаційної експансії з боку потужних регіональних чи глобальних гравців, для яких національні інформаційні поля стають «ринками збуту» як буквально – для продажу виробленого контенту і програм, так і метафорично – для поширення власних смислів, цінностей, ідеологем, що врешті-решт дає як бізнесові, так і цивілізаційні переваги носіям такого інформаційного імперіалізму.

Для сучасної України особливо актуальними стають завдання

протистояння впливу інформаційних потоків на цілісність і самобутність змістовного простору суспільства, руйнуванню мовної та культурної самобутності в умовах глобалізації. Оскільки глобалізація ґрунтується як на зростанні товарообміну, так і на активізації обміну інформацією та знаннями, останнім часом на неї, серед інших, справляє вплив і лінгвістичний фактор, пов'язаний з регіонами поширення конкретних мов як носіїв інформації, нових знань і досвіду. Тобто, якщо мова певної країни, наприклад англійська, має міжнародне поширення, вона виступає своєрідним «мультиплікатором експортного потенціалу», особливо щодо інформаційних товарів та послуг. Якщо ж мова країни-експортера обмежена окремою національною територією, а надто якщо вона виконує другорядну роль у власній державі, така мова потребує додаткових інвестицій для свого розвитку та розширення сфери функціонування. Нації, мовою яких поширюється інформація щодо наукових, технологічних та інших новацій, фактично без додаткових зусиль дістають перевагу в інвестуванні власного розвитку. Таким чином, одним з викликів глобалізації для України є формування нового інфопростору, і лінгвопростору зокрема.

Отже, розглянуті тенденції спонукають до певних висновків. По-перше, назагал транснаціональність інтернет-комунікації призводить радше до піднесення пріоритету національної ідентичности, адже в багатьох видах цієї комунікації члени нації практикують наднаціональні чи ненаціональні альтернативи. Глобалізація пропонує щонайменше дві наднаціональні ідентичності: європейську та панросійську (малоросійську або ж радянську). По-друге, поширення інтернет-комунікації трансформує в напрямі більшого включення в комунікацію та очевидно посилює медійний фактор у житті сучасної людини, відповідно зростає медійний вплив на сучасні спільноти.

Однією з ключових проблем сучасної української соціогуманітаристики, очевидно, залишається проблема природи суспільно-політичної кризи, що її переживає країна – як у ключі безпекових досліджень, так і виявлення її гуманітарного й інформаційного аспектів. При тому що інспірований характер цієї кризи, як і домінуюча роль зовнішнього, російського, чинника поза сумнівом, потребують дослідження ті світоглядні відмінності й базована на них поляризованість суспільства, що стали за недостатньої уваги української влади та маніпуляцій політикуму фундаментом для реалізації російських сценаріїв. Ці дослідження важливі ще на тлі високої вірогідності того, що травматичні для українців воєнно-політичні події, педалювання образ і взаємних претензій стануть ґрунтом для використання маніпуляційних технологій, здатних призвести до формування почуття відчуженості й непримиренності в суспільстві, закріплення ліній світоглядних конфліктів і протистоянь на тривалий час. Так, поглибити лінії такого розколу здатні впроваджувані через ЗМІ, зокрема досить активно через соціальні медіа, стереотипи про «карателів», що підтримували і здійснювали «каральну операцію» проти Донбасу, з одного боку, та «сепарів» і «колаборантів», які масово підтримали й навіть закликали агресора – з іншого. Спроби тотальної семантизації політичних процесів, під час якої одні регіони перетворюються в символи демократії і прогресу, інші – агресивності та дестабілізації чи стають у власних очах уособленням жертви, є, на нашу думку, небезпечною, проте, на жаль, цілком реальною перспективою. У цьому контексті важливою є інформаційна природа як російсько-українського конфлікту, так і внутрішніх проблем, що стали ґрунтом для розгортання російської агресії та водночас були поглиблені й загострені нинішнім російсько-українським конфліктом.

Медіа «впроваджуються» в соціальні інститути суспільства, надаючи їм нового змісту і значення. Зростаюча, а інколи провідна роль засобів масової комунікації, що описується дослідниками як медіатизація суспільного життя, торкнулася практично всіх його аспектів – культурних, політичних, ідеологічних, освітніх, наукових, навіть таких донедавна консервативних, як релігія, як війна – трагічних і тому неприйнятних як «шоу». У сучасних наукових дослідженнях поряд з терміном «медіа» для позначення сукупності засобів масової комунікації й масової інформації активно використовується поняття «медіа-середовище», яким описують простір, де формується, поширюється та відтворюється за допомогою масових комунікацій і засобів масової інформації культура інформаційного суспільства [1]. У ширшому значенні йдеться про повсякденну сукупність умов, у контексті яких функціонує медіа-культура, тобто сфера, що через посередництво засобів масової комунікації пов'язує людину з навколишнім світом, виявляє вплив на оцінки, думки й поведінку людей. Відповідно, поняття «медіа-середовище» характеризує медіа не просто як засоби для передачі інформації, а як інформаційне поле, у якому виробляються, естетизуються і транслуються культурні коди [2].

При цьому важливою рисою, що істотно впливає як на процеси творення медіа-контенту й відповідного середовища, так і на особливості його сприйняття, є стирання кордонів між професійними журналістами й непрофесійними користувачами, які можуть активно залучатися до створення новинного або публіцистичного контенту через соціальні медіа. Зростання залученості аудиторії у процес виробництва й медіації контенту надає їй нових якостей, що дає змогу назвати сучасних користувачів просьюмерами (від англ. producer – виробник і consumer – споживач). Ці

процеси дають можливість, з одного боку, робити дослідникам висновки про інформаційну експансію соціальних медіа, а з іншого – активізують наукові і професійні дискусії про місце та специфіку нових видів масових комунікацій. Характерні для них полілогічність, персоналізованість і відсутність обмежень надають соціальним медіа істотні переваги в розвитку громадянського суспільства, проте одночасно робить їх полем активного застосування маніпулятивних технологій. І хоча треба визнати, що підвищена маніпулятивність є рисою мас-медійного дискурсу в цілому, саме Інтернет надає додаткові технологічні й з огляду на специфічні риси дискурсу соціальних медіа психологічні можливості для маніпуляцій [3]. Крім того, дається взнаки «псевдоплюралізм комунікаційного середовища», у якому корисна й патогенна інформації отримують однакові можливості для свого поширення [4].

Фактично йдеться про процес і результат глобального впливу на мислення індивідів через медіа – від їхнього впливу на формування картини світу за допомогою специфічних медійних когніотипів (когнітивних структур пізнання і представлення реальності, які виникають при взаємодії індивіда з глобальним інформаційним простором [5, с. 122]), до зростання обсягу та ролі процесів поширення й отримання опосередкованої інформації, що замінює безпосередній досвід людей [6, с. 9]. Такі особливості сприйняття призводять до зростання можливостей використання симулякрів – ідеократично спроектованої і сконструйованої реальності, за висловом автора терміна Ж. Бодрійяра, «точної копії, оригіналу якої ніколи не існувало» [7, с. 65]. Розгорнута проти України війна значним чином базується на інформаційних моделях і симулякрах, що не мають ніяких референтів, не ґрунтуються ні на будь-якій «реальності», крім їхньої власної, яка є світом

саморефлексивних знаків. Симуляція, видаючи відсутність за присутність, одночасно стирає будь-яку відмінність між реальним і удаваним (ілюзорним), що дає змогу в умовах досліджуваної інформаційної війни проти України замінити об'єктивні уявлення цільових груп про характер конфлікту тими «інформаційними фантомами», які потрібні агресору. За своєю природою віртуальними об'єктами, створеними в інформаційному просторі, є такі пропагандистські конструкти, як «Новоросія» (хоча б тому, що історично Донецьк і Луганськ ніколи не входили до регіону, що в Російській імперії описувався цим терміном), «народ Криму» чи «народ Донбасу».

Загалом «інформаційний ландшафт» Інтернету відзначається високою неоднорідністю та значною мірою «анархічною» організацією. Якість розміщених в Мережі документів коливається в досить широких межах: від авторитетних, добре структурованих і інформативних матеріалів (напр. онлайн-каталоги найбільших світових бібліотек) до непідвладних цензурі публікацій антисуспільного характеру. Певним чином це стосується і здійснюваного в Інтернеті процесу комунікації: тут знайшли своє місце та видозмінилися традиційна преса і листування, на чисельних форумах і в блогах обговорюються як суспільно важливі питання, так і теми особистого характеру; проте з огляду на відповідні функціонально-структурні особливості комунікативного простору Інтернету тут процвітають також спам і флейм як види непродуктивної комунікації. Наявність в Мережі масиву різномірної інформації та можливості здійснення у різних форматах процесу комунікації (масової, групової, міжособистісної) дозволяє говорити про багатоплановість Інтернет-дискурсу, поєднання в ньому рис різних дискурсів: побутового, публіцистичного, ділового, рекламного, політичного, навчального і ін., його дифузний характер.

1.3. Понятійно-термінологічний апарат і методологічний інструментарій дослідження

У сучасних соціальних комунікаціях зростає роль соціальних медіа, що об'єднують цифрові медіа та он-лайнкову комунікацію і характеризуються високим рівнем інтерактивності, тобто можливості не лише споживати, а і створювати чи змінювати контент з боку реципієнтів. Цей принципово новий вид засобів масової комунікації характеризується зростаючим значенням в якості інструменту маркетингових стратегій, політичного впливу, простору формування громадської думки, становлення громадянського суспільства. Водночас він є предметом наукової рефлексії навколо специфіки функціонування та впливу цих медіа на суспільні процеси. Це, відповідно, актуалізує новий погляд на соціальні медіа: з одного боку – як на зріз різноманітних соціальних практик, зафіксований, з огляду на специфічний, усно-писемний, як його визначають дослідники-лінгвісти, тип дискурсу, задокументовану громадську думку окремих груп населення; з іншого – як на дослідне поле для вивчення політичних, соціокультурних, психологічних, лінгвістичних процесів. Причому, хоча користувачі соціальних медіа далеко не всі є активними в суспільно-політичних процесах (значна їх частина розглядає мережеву комунікацію в якості розваги), соціально активні учасники все одно здатні впливати на суспільно-політичну ситуацію через «інформаційно пасіонарне» ядро.

Бібліотеки, що на сучасному етапі свого розвитку набувають рис інформаційних та, ширше – соціокультурних центрів, які здійснюють акумуляцію, зберігання та трансляцію національної пам'яті, культури, суспільно значимої інформації, мають, на наше переконання, потужний

потенціал участі у сучасних комунікаційних процесах, формуючи як офіційний та науковий дискурс, так і використовуючи можливості неформальної комунікації.

Такі характеристики інтернет-комунікації, як мультимедійність, інтерактивність, глобальність істотно посилюють її вплив порівняно із традиційним медійним дискурсом. Соціальні мережі мають властивість виявляти і консолідувати інформацію, впливаючи на формування думок, поглядів, настроїв та в результаті масових комунікацій посилювати чи послаблювати позиції груп. Сьогодні можна говорити про значний вплив онлайн активності на традиційний дискурс: сформовані в Мережі оцінки, погляди і переконання транслуються газетами і телебаченням, мережевий вплив може бути конвертований у політичну чи медійну кар'єру або експертний статус.

Відповідно, зростає актуальність дослідження дискурсивних практик, та, з цією метою – виявлення, аналізу, оцінки і систематизації оптимальних способів вимірювання в соціальних медіа – показників охоплення аудиторії, взаємодії користувачів з сервісами соціальних медіа та іншими користувачами за допомогою цих сервісів. Залежно від поставлених дослідницьких задач, предметом дослідження може бути як повна вибірка контенту щодо певної проблеми, так і виявлення інформаційних вузлів, у яких відбувається найбільш потужне генерування смислів у процесі полілогу.

Очевидно, що такими вузлами здатні стати сторінки впливових і авторитетних учасників соцмереж – так званих лідерів думок (opinion leader) – медійних персон, які мають істотний вплив на думки і світогляд інших людей, здатні впливати чи навіть формувати громадську думку. Судження, вчинки та ідеї таких лідерів думок сприймаються, обговорюються і

трансляються сотнями тисяч читачів. Досить показовим видається порівняння: всеукраїнська щоденна суспільно-політична газета «Сьогодні», що, за даними дослідницької компанії маркетингових досліджень TNS (Тейлор Нельсон Софрез), станом на 2015 р. є лідером серед усіх друкованих видань в Україні, має аудиторію 665 тис. читачів. Аудиторія кожного з 10 найрейтинговіших (за даними Watcher – спеціалізованого ресурсу, присвяченого висвітленню інтернет-комунікацій) українських користувачів Facebook – від 300 до 100 тисяч читачів. Тобто, сторінки українських лідерів думок за розмірами аудиторії порівнюювані з традиційними ЗМІ. Водночас, для соціальних медіа набагато важливішими за статистичні дані щодо аудиторії є, в силу інтерактивності як ключової ознаки, встановлювані зв'язки та генеровані смисли.

Таким чином, здатність соціальних медіа до так званого «вірусного» поширення інформації та їх конвергентність (взаємна пов'язаність, що припускає цитування і передачу різного контенту) призвели до інформаційного розгортання обговорення – від інтерв'ю регіональному каналу до поширення через відеохостинг і коментування в десятках публікацій. Отже, впровадження новітніх технологій змінює стандарти спілкування і обміну інформацією, відтак, потребує не лише наукового осмислення, а і, з огляду на формування відповідних масивів даних в режимі «інформаційного вибуху», одночасного вироблення інструментарію досліджень, виявлення оптимальних маркерів – певних індикаторів, критеріїв-показників, згідно яких здійснюється вибірка та аналіз дискурсивних актів, результатом яких стають треди публікацій, коментарів, цитат, посилань тощо. До таких маркерів можуть бути віднесені охоплення аудиторії – кількість читачів/друзів, передплатників, переглядів, рівень

зацікавленості (кількість вподобань) – різні соціальні мережі використовують різні підходи до визначення кола інтерактивних користувачів; залучення аудиторії – дозволяє дослідити взаємодію користувачів, є співвідношенням розмірів аудиторії і загальної кількості дій користувачів (вподобання, поширення, згадування, позначення як «обране», коментарі) за певний проміжок часу, що характеризує інтенсивність інтерактивності; індекс якості прихильників – якісні характеристики аудиторії (наявність в ній лідерів думок, журналістів, громадських активістів, чия аудиторія у випадку їх залучення додається до оцінюваної). Окрім цього, залежно від характеру та завдань дослідження можуть розроблятися і використовуватися ситуативні маркери, як, наприклад, рівень конструктивності, використаний при аналізі описаного вище обговорення проблем Волинської області. Кінцеві показники варто вираховувати залежно від цілей та загальної стратегії дослідження.

Загалом, в силу дисперсності (лідери думок досить часто мають декілька акаунтів з різною аудиторією, обговорення може паралельно здійснюватись як в треді оригінального посту, так і при його поширенні), мозаїчності і кліповості – сторінки представляють собою набір найчастіше не пов'язаних між собою повідомлень; принципового для соціальних медіа особистісного підходу, відповідно – суб'єктивності створеного контенту, ускладнюється дослідження простору соціальних медіа. Описані характеристики часто унеможливають ефективне використання методології дослідження традиційних медіа.

Відповідно, вироблення ефективних, коректних та оптимально інформативних індикаторів для досліджень соціальних медіа як дискурсивного простору, застосування та осмислення запропонованих маркерів науковцями різних галузей, що працюють в інтерактивних мережах,

є завданням, вирішення якого сприятиме ефективним науковим рефлексіям щодо нової інформаційної, відтак – соціокультурної реальності.

Нині вже загально визнаними є трактування дискурсу як складного комунікативного явища, компонентами якого є текст і екстралінгвальні чинники (фонові знання, погляди, настанови, цілі адресата) [11, с. 57]. Сьогодні дослідники трактують дискурс як вербалізований світогляд, мову, що несвідомо спрямовується суб'єктивними уявленнями про світ, де виявляються інваріанти картини світу (повсякденна, наукова, філософська, релігійна, поетична тощо) [43, с. 41]. У концепції Т. ван Дейка, дискурс є дією: "Я розумію дискурс як специфічну форму використання мови та як специфічну форму соціальної ситуації" [13]. Авторитетною є думка К. Серажим, яка під дискурсом розуміє складний соціолінгвістичний феномен сучасного комунікативного середовища, який, по-перше, детермінується (прямо чи опосередковано) його соціокультурними, політичними, прагматично-ситуативними, психологічними та іншими (конститууючими чи фоновими) чинниками, по-друге, має «видиму» – лінгвістичну (зв'язний текст чи його семантично значущий та синтаксично завершений фрагмент) та «невидиму» – екстралінгвістичну (знання про світ, думки, настанови, мету адресанта, необхідні для розуміння цього тексту) структуру і, по-третє, характеризується спільністю світу, який «будується» впродовж розгортання дискурсу його репродуцентом (автором) та інтерпретується його реципієнтом (слухачем, читачем тощо). «Дискурс – це, образно кажучи, життя тексту в нашій свідомості, це накладання інформації, яку ми отримуємо з цього тексту, і нашого знання про обставини, вплив його породження на ментально-чуттєве інформаційне поле нашого індивідуального «Я» [40, с. 89]. Саме дискурс з точки зору комунікативної теорії можна вважати

найважливішою категорією спілкування, яка інтегрує мовні, мисленнєві й інтерактивні чинники [3]. Український політолог В. Кулик розглядає дискурс як форму соціальної практики, середовище, простір, що охоплює значущі та впливові висловлювання [27, с. 9]. Дискурсивний аналіз, що оформився в 90-х роках минулого століття в самостійну лінгвістичну дисципліну, є дослідженням тексту в певній комунікативній ситуації [22, с. 276].

На сучасному етапі існує велика кількість підходів як до аналізу дискурсу, так і до виокремлення різних його типів: тлумачення дискурсу як інтерактивної діяльності комунікантів, встановлення й підтримання контакту, емоційний та інформаційний обмін, здійснення впливу, застосування комунікативних стратегій; виокремлення специфіки спілкування в межах певного етносу, характеристику культурних домінант певної інформаційної культури у вигляді концептів як одиниць вивчення мови, свідомості й культури; дискурс як когнітивно-семантичне явище вивчають як систему фреймів, сценаріїв, ментальних схем, різних моделей представлення спілкування у свідомості та ін.

Наведені характеристики дискурсу як соціолінгвістичного феномену сучасного комунікативного середовища та соціальної практики дозволяють виділяти інтернет-дискурс як особливий тип дискурсу, що відрізняється насамперед за каналом комунікації - на відміну від усного та письмового - через мережу Інтернет.

Дискурс, пов'язаний із спілкуванням у кіберпросторі, розглядається сьогодні як новий, не існуючий раніше тип дискурсу, щодо якого використовується визначення «комп'ютерний», «електронний», «мережевий», «віртуальний» та «інтернет-дискурс». Водночас поняття «електронний», «комп'ютерний», «комп'ютерно-опосередкований»,

«цифровий» дискурс – це ряд ширших визначень, ніж «інтернет-дискурс», що виходять з технологічної характеристики умов створення і сприйняття людиною тексту – йдеться про дискурс, в якому засобом і каналом зв'язку є комп'ютер і телекомунікаційні мережі. Електронна комунікація – найширше із наведених понять, є комунікативною взаємодією, опосередкованою електронним каналом. Цей термін включає в себе поняття «комп'ютерна комунікація» (комунікативна взаємодія, здійснювана за допомогою комп'ютера), в предметну область якого входить поняття «інтернет-комунікація» - вербальна і невербальна взаємодія комунікантів в мережі Інтернет.

У фаховій та особливо популярній літературі зустрічається інколи ототожнення інтернет та віртуальної комунікації, що може бути пояснене тим фактом, що для Інтернету характерна риса, що сприяє буденному сприйняттю його як віртуальної реальності – дистанційність спілкування та його опосередкованість комп'ютерними пристроями, можлива завдяки комунікативним і комутаційним властивостям мережі Інтернет. Водночас діяльність в Мережі далеко не вичерпується тими видами, що можуть бути інтерпретовані в рамках теорії симулякрів або теорії децентрації, для значної кількості користувачів Інтернет не стає приводом «переформатування» ідентичності, залишаючись, перш за все, інформаційною мережею або системою комунікацій [34; 35; 42]. Таким чином, віртуальний дискурс співвідноситься з комп'ютерним (електронним), мережевим та інтернет-дискурсом, загальною характеристикою яких є опосередкованість спілкування, а відмінними ознаками, що частково накладаються одна на одну, - віртуальне комунікативне середовище (віртуальний дискурс), електронний канал спілкування (комп'ютерний / електронний дискурс),

множинний режим спілкування (мережевий дискурс і його різновид - інтернет-дискурс).

Термін «комп'ютерна комунікація» та поширений в західній літературі термін «комунікація, опосередкована комп'ютером» (computer mediated communication), позначає масиви, які крім текстів інтернет-середовища включають в себе тексти на непаперових носіях, не підключених до інтернет-мережі. Окрім спілкування в Інтернеті, він включає в себе так само спілкування в локальних мережах. Інтернет-дискурс – це комп'ютерно-опосередкована комунікативна діяльність, що протікає в широкому соціокультурному контексті та матеріалізується в гіпертексті [15]. Термін «мережевий дискурс» вживатиметься в якості синонімічного до «інтернет-дискурсу»: «мережа Інтернет» іменується для стислості «мережа» всіма її користувачами (в англійській мові: the Net, the net, the web, on the Net замість the Internet).

Типова неоднорідність інтернет-дискурсу проявляється у розмежуванні персонального (особистісно-орієнтованого) – листування електронною поштою, спілкування в чатах, та інституційного (галузевого або статусно-орієнтованого) – спілкування на конференціях, участь у форумах, рекламно-інформаційні дошки оголошень. Під час персонального дискурсу комуніканти — адресант і адресат — спілкуються в координатах міжособистісної комунікації, однак у парадигмі інституційного дискурсу ролі адресанта та адресата розгортаються в заданих координатах статусно-рольових відносин: один із комунікантів виконує роль представника певного соціального інституту — освітнього, медичного, юридичного, газетного та ін. агента, а інший комунікант є клієнтом, який користується послугами соціального інституту.

Інтернет-дискурсу притаманна також жанрова неоднорідність, причому, з притаманними власними, характерними лише для нього, жанрами, систематизація яких перебуває на етапі наукового осмислення. Існує досить багато класифікацій жанрів Інтернет-дискурсу [10; 30, с.469-473; 24, с.33; 46: 10-14], проте вичерпними їх на нинішньому етапі назвати не можна. Така ситуація зумовлена, з одного боку, ускладненою системою архітекtonіки мережевої комунікації, а з іншого – її динамічністю, оскільки, як зазначає автор однієї із найбільш авторитетних класифікацій жанрів інтернет-дискурсу Д. Кристал, «швидкі технологічні зміни спровокують, без сумніву, нову ситуативну різноманітність, яка призведе до швидкого «старіння» будь-якої класифікації» [46, с. 10]. Науковець свого часу (2001 р.) виділив жанри електронної пошти (Electronic mail); груп чатів (Chatgroups) – о синхронні (synchronous) та асинхронні (asynchronous); віртуальні світи (Virtual worlds); всесвітню павутину (World Wide Web). Очевидними змінами, що актуалізували уточнення жанрової класифікації складових інтернет-дискурсу стало запровадження у 2005 році нової методики проектування комп'ютерних мереж – Веб 2.0. Тому сьогодні цей перелік розширюється форматом спілкування в соціальних мережах (Facebook, вконтакте), де міжособистісне спілкування на основі миттєвих повідомлень (ІМ – Instant Messaging) доповнюється різноманітними мультимедійними та інтерактивними можливостями. Жанр соціальних мереж співставний із асинхронним жанром інтернет-дискурсу, до якого можна віднести будь-які тексти, створені за допомогою систем, що дозволяють асинхронно спілкуватися в Інтернеті (передбачає наявність декількох комунікантів; збереження повідомлень на довгий період часу, їх доступність; розрив у часі "від декількох секунд, до декількох місяців"), як от: Інтернет-форуми, живі

журнали, блоги, системи обміну повідомлень у соціальних мережах, а також спілкування в коментарях на сайтах будь-якої тематики.

Заслуговує на увагу класифікація інтернет-жанрів Я. Шмідта, який виділяє особисті та загальнодоступні тексти приватних осіб, професійно розроблені загальнодоступні тексти, тексти інформативного та наукового характеру, поклавши в основу тільки одну ознаку – стильову особливість комунікативної ситуації [53; 105-174]. Є сенс також виділяти загально-інформаційні жанри (новинні сайти), науково-освітні та спеціальні інформаційні жанри (електронні видання, наприклад, монографії, наукові статті, інтерактивні навчальні курси), художньо-літературні жанри, що містять оцифровані твори світової класики, а також літературні твори, які з самого початку створюються для публікації лише в глобальній мережі, так звана «мережература».

Такі характеристики соціальних медіа, як оперативність, онлайн-доступ, персоналізована комунікація, анонімність, простота функціоналу сприяють залученню до процесу користування ними широких громадських мас і, як засвідчують дослідження, кількість користувачів соціальних медіа має тенденцію до зростання [17]. При цьому не менш важливим є те, що в соціальних медіа представлене найбільш соціально активне населення, яке має доступ до комп'ютера і розуміється на технологіях веб-2, на яких ґрунтується функціонування соцмереж. Серед користувачів – відомі політики, суспільні активісти, лідери думок – журналісти, блогери, громадські і культурні діячі. Причому, організувати обговорення певної проблеми такою строкатою аудиторією в мережі набагато простіше, ніж в реальному житті. Таким чином, інформаційний моніторинг соцмедіа відобразатиме не просто суспільну думку, а позицію найбільш активного в

соціальному відношенні суспільного сегменту, здатного активно відстоювати свої інтереси і потреби не лише у віртуальному, а й в реальному світі. Останнє надає результатами такого моніторингу додаткового значення.

Система інтернет-моніторингу дозволяє якомога раніше зрозуміти можливі проблеми і спробувати мінімізувати негативні наслідки при економному витрачанні часових ресурсів управлінських структур. Інтернет-моніторинг є ефективним інструментом при проведенні антикризових заходів, адже останнім часом реакція громадськості в першу чергу проявляється саме в Інтернеті, з огляду на що своєчасне виявлення електронних публікацій відповідного характеру дає можливість оперативно відстежити тенденції, які намічаються і вжити необхідних заходів.

Моніторинг соціальних мереж може здійснюватись у ручному режимі або автоматично за допомогою спеціальних програм і платформ. Доцільність вибору між ручним і автоматичним визначається кількістю контекста, який створюється в соціальних медіа. Кількість контенту, тобто ступінь обговорюваності проблеми, події, рішень і дій владних структур, політиків і політичних партій в Інтернеті в першу чергу залежить від того, наскільки ці проблеми, події, рішення та дії є значущими, яке їх громадське охоплення, наскільки вони стосуються життя кожного. Наприклад, кількість відгуків про якість мобільного зв'язку завжди буде більшою, ніж кількість відгуків про будівництво нафтових споруд. Активність самого суб'єкта управління в Інтернеті і його готовність іти на контакт з представниками громадської думки також має позитивний вплив на ступінь активності обговорення питання.

Моніторинг як в ручному, так і в автоматичному режимі здійснюється за допомогою використання спеціальних сервісів, утім автоматичний моніторинг має ряд переваг, серед яких Д. Халілов відзначає:

- перманентність (відстеження ведеться постійно, в будь-який момент можна отримати дані станом на поточний момент);

- збережені параметри (на відміну від ручного, у випадку з автоматичним моніторингом немає необхідності щоразу заново вводити параметри моніторингу (запити, платформи і т. д.) – налаштування здійснюється один раз, а потім за необхідності лише коригується);

- глибокий моніторинг (у випадку з відстеженням вручну може виявитися проблематичним моніторинг з хронологічної глибиною у кілька років, зокрема «Яндекс.Блогі» найчастіше не дає змоги переглядати велику кількість сторінок результатів пошуку, натомість автоматичні системи дозволяють обходити це обмеження);

- автоматичну систематизацію даних (при ручному моніторингу отриману інформацію необхідно самостійно систематизувати і заносити в таблиці);

- аналіз отриманих даних (автоматичні системи самі здатні аналізувати дані, зокрема, визначати тональність згадувань);

- формування звітів (в більшості систем моніторингу існує можливість генерації звітів на підставі отриманих даних та їх аналізу, зокрема, в ці звіти входить графічне представлення інформаційного поля, діаграми, що дозволяють наочно продемонструвати зміну його обсягу та якості в динаміці, порівняння з опонентами, співвідношення позитивного і негативного інформаційних полів) [19].

У підсумку автоматичний моніторинг дозволяє, по-перше, значно знизити трудовитрати за рахунок автоматизації рутинних процесів, по-друге, досягти високої точності за рахунок кращої систематизації даних та використання істотної кількості інструментів аналітики.

Проте в деяких випадках доцільніше все ж таки використовувати ручний моніторинг, зокрема:

- якщо кількість згадок за темою моніторингу в досліджуваних обсягах інформації не перевищує п'яти на день;
- якщо єдине актуальне завдання моніторингу – негайне реагування на негатив, щойно він з'являється.

Що стосується технологічних аспектів здійснення ручного моніторингу, то для отримання необхідних результатів використовується можливість пошукових запитів через різні пошукові системи, а також відібрана шляхом «ручного» моніторингу і аналізу дискусійних мережевих майданчиків (окремих ресурсів, блогів, сторінок, груп, співтовариств, стін користувачів) безвідносно до ключових слів і існуючих тегів.

Інтерпретується отримана вибірка також виключно аналітиком за визначеними ним самим критеріями, із застосуванням доступних йому програмних засобів (наприклад графіки та діаграми доводиться будувати самостійно, використовуючи Excel, а не отримувати візуалізацію даних автоматично).

Ручний моніторинг дозволяє працювати з будь-якими завданнями, і отримувати не тільки репрезентативну і релевантну вибірку користувальницьких текстів, а й весь обсяг текстів, які відповідають обраним критеріям взагалі. Але трудовитрати і вимоги до кваліфікації аналітиків роблять його надзвичайно витратною, а часом і просто неможливою

розкішню. При цьому все одно доводиться використовувати ті чи інші інструменти, або ті чи інші програмні рішення, серед яких варто виділити такі, як пошукові платформи «Google Alert» (<http://www.google.com/alerts?hl=uk>) та «Яндекс.Блоги» (<http://blogs.yandex.ru>).

«Google Alert» (сповіщення Google) – це оновлення електронною поштою щодо останніх відповідних результатів пошуку Google (Інтернет, новини, блоги тощо) на основі заданого запиту. Налаштування сервісу відбувається шляхом заповнення таких полів:

- пошуковий запит (вводяться ключові слова пошуку);
- тип результатів (де надається можливість обмежити пошук інформацією новин, блогів, відео, обговорень, книг або ж здійснювати пошуковий запит за усіма рубриками);
- мова (можна обрати лише одну з багатьох);
- регіон (де є можливість зазначити лише одну країну з багатьох і без можливості регіонального уточнення запиту по країні);
- частота надсилання (можна обрати режим надходження відібраної інформації: одразу, раз на день, раз на тиждень);
- кількість (можливість переглядати усі або найкращі результати пошуку);
- доставка (електронна адреса).

У випадку введення пошукового запиту на відстеження певної інформації сервіс, також, забезпечує можливість миттєвого попереднього перегляду результатів, які буде надіслано у відповідь на зроблений пошуковий запит.

Що стосується сервісу «Яндекс.Блоги», то на сьогодні у світі відсутні його повноцінні аналоги. Сервіс індексує кілька десятків мільйонів російськомовних блогів, мікроблогів і форумів. При цьому записи з часто оновлюваних ресурсів індексуються кілька разів на годину, рідко оновлювані блоги індексуються кілька разів на добу. Отже, в базі «Яндекс.Блоги» завжди присутня максимально актуальна інформація з публікацій у блогах, що робить його ідеальним сервісом для моніторингу.

Важливою особливістю пошуку «Яндекса» по блогах є те, що за замовчуванням результати пошуку ранжуються не по релевантності запиту (як в звичайному пошуку), а по хронології. Тобто чим менше часу пройшло після публікації поста, тим вище він виявиться у переліку представлених результатів. Таким чином, на перших сторінках результатів пошуку, як правило, зібрана найбільш свіжа інформація за запитом. Такий підхід відповідає загальній логіці блогосфери: актуальність тієї інформації, що публікується, швидко втрачається.

У сервісі «Яндекс.Блоги» є кілька спеціальних вкладок, які дозволяють поставити фільтр на результати пошуку, зокрема:

- «популярні блоги», яка виводить в результатах пошуку тільки згадки в блогах з певним рівнем популярності (даний фільтр варто використовувати для складання списку найбільш пріоритетного реагування, оскільки швидкість поширення інформації, в тому числі негативної, з популярних блогів на порядок вище, ніж з тих, де всього декілька підписчиків);

- «блоги», яка виводить в результатах тільки згадки в блогах, даний режим виставляється за замовчуванням;

- «мікроблоги» – виводить в результатах тільки згадки на сервісах мікроблогів (Twitter, «Рутвен» і т. д.);
- «коментарі» – виводить в результатах тільки згадки в коментарях до записів;
- «форуми» – виводить в результатах тільки згадки на форумах (за замовчуванням пошук по форумах не ведеться);
- «всі блоги та форуми» – максимально повні результати пошуку, виводяться всі згадки на всіх індексованих майданчиках.

Крім іншого, в сервісі «Яндекс.Блоги» можна використовувати специфічну «мову запитів», щоб зробити пошук максимально точним. Наприклад, можна задати пошук за певною фразою, в якій слова розташовані послідовно в точному порядку, або пошук цитати з пропущеним словом («прибыл * посол»), слів у межах одного речення (политика & искусство) або в межах одного документу (Украина && граница) тощо.

При цьому для забезпечення ефективності проведення моніторингу і системного вирішення поставлених перед ним завдань Д. Халілов у монографії «Маркетинг у соціальних мережах» обґрунтовує доцільність організації трирівневої системи моніторингу, яка складається з перманентного (перший рівень), періодичного (другий рівень) і стратегічного (третій рівень) моніторингів.

Перший рівень моніторингу дає змогу оперативно реагувати на негативну інформацію, щойно вона з'являється в інформаційному просторі соціальних медіа, а також вирішувати питання, які будуть актуальними короткий термін. Головне завдання періодичного моніторингу – проаналізувати тенденції в інформаційному полі за минулий період (як правило, береться відрізок часу від одного до чотирьох тижнів). Зокрема,

визначити, з якими інформаційними приводами найчастіше згадувалась пошукова проблематика за минулий період, які події були сприйняті позитивно, а які негативно, наскільки збільшилася/зменшилася кількість згадок пошукової теми за минулий період, наскільки змінилося співвідношення позитивних/негативних згадок. Отже, завдання другого рівня моніторингу – визначення динаміки змін інформаційного поля стосовно пошукової проблематики [19].

Завданням стратегічного моніторингу є осмислення загального інформаційного поля навколо пошукової проблематики, основних тенденцій, закономірностей, потенційних можливостей і небезпек. При цьому аналізується весь масив даних, отриманих в результаті моніторингу без обмеження конкретним періодом.

Зростання як кількості, так і значення соціальних медіа, сукупність яких формує інтерактивний інформаційно-комунікаційний простір, за два останні десятиліття актуалізували необхідність практичного вивчення відповідних інформаційних процесів і наукового осмислення цього явища в контексті комунікативістики. Дослідження специфіки комунікації в інтернет-просторі є актуальним завданням в досить широкому полі соціокультурних досліджень, пов'язаних із аналізом функціонування інформаційного поля та з точки зору бібліотекознавчих студій як їх складової. Такі рефлексії мають теоретичне значення для сучасної інфогуманітаристики загалом – мовознавчої, культурологічної, політичної, соціальної – і бібліотеки здатні виступати тими науковими центрами, що інтегрують відповідні міждисциплінарні дослідження. Водночас вони корисні в прикладних розвідках власне бібліотечних досліджень, в силу того, що описувані закономірності функціонування інформаційного поля є дієвими для роботи в

сучасному інфопросторі бібліотек. Вироблені підходи залишаються актуальними для вимірювання результативності бібліотечної роботи (ширше – роботи наукових, культурних, установ пам'яті тощо) у інтернет-просторі, так само, як і для спеціальних досліджень у інтерактивному просторі інформаційно-аналітичних підрозділів, у силу завдань, що ставляться перед ними – як джерела інформації та з огляду на вплив медіа на суспільні процеси.

Медіа-вплив, або ефект медіа, – терміни, що використовуються в медіазнавстві, психології, теорії спілкування і соціології для позначення ймовірних шляхів впливу медіа на аудиторію: її думки (уявлення) і поведінку. Такі характеристики інтернет-комунікації, як мультимедійність, інтерактивність, глобальність істотно посилюють її вплив порівняно із традиційним медійним дискурсом. Показово, що за даними різних маркетингових досліджень, до думки своєї референтної групи у соціальних медіа готові прислухатися понад 60% користувачів; для половини респондентів саме соціальні медіа стали основним джерелом інформації, випередивши телебачення [1]. Важливо, що соціальні мережі мають властивість виявляти і консолідувати інформацію, впливаючи на формування думок, поглядів, настроїв та в результаті масових комунікацій посилювати чи послаблювати позиції груп. Сьогодні можна говорити про значний вплив онлайн активності на традиційний дискурс: сформовані в Мережі оцінки, погляди і переконання транслуються газетами і телебаченням, мережевий вплив може бути конвертований у політичну чи медійну кар'єру або експертний статус.

Це, відповідно, актуалізує новий погляд на соціальні медіа: з одного боку – як на зріз різноманітних соціальних практик, зафіксований, з огляду на специфічний, усно-писемний, як його визначають дослідники-лінгвісти, тип дискурсу; задокументовану громадську думку, акценти, відображення соціального світу в свідомості окремих груп населення; з іншого – як на дослідне поле для вивчення політичних, соціокультурних, психологічних, лінгвістичних процесів. Відповідно, зростає актуальність дослідження онлайн-дискурсів, що розглядаються як регулюючі та регульовані практики, які конструюють значення соціальної реальності [2]. Одним із найперспективніших напрямків аналізу видається дискурс-аналіз, що, за Дж. Поттером, приділяє особливу увагу способам організації версій навколишнього світу, суспільства, подій і внутрішніх психологічних світів, вироблених в дискурсі [3 р.6]. Основне завдання, яке розв'язується в процесі дискурсивного аналізу, – визначення смислового навантаження, комплексу ідей та уявлень, продукованих у соціокомунікативних процесах. Відповідно, аналіз дискурсу досліджує не мовлення і тексти, а їх вплив на суспільні стосунки [4, с. 66-68]. Йдеться про виявлення і аналіз стратегій, що впливають на конструювання значення соціальної реальності. Вибір слова для означення того чи іншого явища більш чи менш явно втілює певну стратегію представлення, як от, скажімо, хрестоматійний для аналізу англомовних текстів і актуалізований в останні роки для України вибір між називанням: «terrorists / rebels» (терористи / повстанці). Інші евфемізми періоду початку війни – «ввічливі люди» замість «військові без розпізнавальних знаків»; «повернення, включення» замість «анексія» – ілюструють стратегію переназивання, спрямовану на зміну усталеного уявлення з певною ідеологічною метою: її застосування дозволяло навесні

2014 р. згладити, принаймні в інформаційному просторі, елемент агресії, і, що не менш важливо, створити невизначене інформаційне тло, відповідно – сприйняття подій.

Відзначимо тут, що характерне для соціальних медіа цитування і коментування ускладнює структуру тексту і створює об'єкт багаторівневого аналізу. Наприклад, Facebook-сторінка «Український інформаційний простір» 18 липня 2016 р. поширює новину від видання «GAZETA.UA» «Цієї ночі в Зайцевому загинули 4 бійці 53-ї бригади». Водночас адміністратор сторінки супроводжує цю новину власним представленням, створюючи, таким чином, ще один заголовок, під яким, власне, новину читатиме і сприйматиме аудиторія: «Російські окупанти вбили чотирьох наших хлопців...». У цьому новому заголовку привертає увагу посилення наголошення пари «ми – вони»: вираз «бійці 53-ї бригади» було замінено на «наші хлопці», означивши таким чином свою (автора і читачів) залученість до групи, на яку вчинено замах (підсилення попереднього «загинули бійці» через вказівку конкретного, означеного винуватця – «вбили російські окупанти»). Таким чином було артикульовано включення загиблих до колективного «ми» (відповідно, і удару було завдано «нам») та наголошено образ ворога. Тобто кожен перепост може посилювати (як у наведеному випадку), чи іншим чином змінювати інтерпретаційні рамки тексту. Відповідно, у випадку соціальних медіа йдеться не лише про виявлення, як для традиційних ЗМІ, інтерпретаційних рамок, а і про дослідження їх трансформації, динаміку. Окрім цього слід враховувати, що соціальні медіа не просто формують громадську думку, але водночас трансльовані ними тексти є результатом колективної думки, її виразом у цій конкретній ситуації.

Водночас важливим фактором, способом і рівнем соціального конструювання реальності є легітимізація смислів, соціальних інститутів тощо – їх розуміння, підтримка й сприйняття індивідами. При цьому в дискурс, який підлягає аналізу, мають бути включені не тільки ті ідеї та уявлення, які були представлені відкрито (експліцитно), а й ті, які користувач міг отримати в результаті власної інтерпретації представленого контексту, а також інтенції, притаманні представленим текстам, їх спрямованість на реалізацію певного результату (наприклад, легітимацію певної соціальної проблеми), приховані (імпліцитні або латентні) значення, контекст їх творення [5, с.15].

Важливо також враховувати ще один аспект – конвергенцію традиційних і нових медіа, причому саме в онлайн-просторі: в структуру онлайн-дискурсу крім уже звичних текстів, фото, відео та аудіо додаються онлайн-трансляції, прямі ефіри; динамічно розвивається паралельне використання двох і більше медіа, яке отримало назву *second screen*. Наприклад, приєднана комунікація після або під час перегляду телевізійних передач все частіше здійснюється в соціальних мережах (в першу чергу, в Твіттері) через мобільні пристрої і комп'ютери. Це вимагає від дослідників дискурсів більш системного підходу, яким видається мультимодальний дискурс-аналіз, що інтерпретує семіотичне утворення як багатовимірну сутність, інтегровані компоненти різної природи та з різних джерел. Поняття «мультимодальність» близьке до поняття «мультимедійність», воно описує формування значень за допомогою різних семіотичних засобів - модусів - і пов'язаних з ними соціокультурних конвенцій. Мультимодальні дослідження сконцентрували свою увагу на вивченні ефектів створюваних поєднанням двох або більше подібних модусів, ставши свого роду

об'єднуючим терміном, що синтезують численні напрацювання соціальних наук в галузі досліджень продуктів культури і комунікації. В результаті комбінації модальностей їх значення трансформує загальний зміст повідомлення, тобто відбувається ресеміотизація (resemiotization) [6].

Більшість західних дослідників в рамках цього напрямку дотримуються дискурсивного підходу до аналізу мультимодальних феноменів, адаптуючи широке трактування дискурсу як соціально обумовленої когнітивної структури, що знаходить своє матеріальне втілення в текстах-репрезентаціях. На сьогоднішній день аналіз комунікації в соціальних медіа часто зводиться до аналізу лексики, ключових слів, і тематичних тредів, що не дає повного уявлення про онлайн-дискурси. Відповідно, актуальним є вироблення методологічних підходів до мультимодального дискурс-аналізу. Заслугує на увагу проект, здійснений під керівництвом авторитетних німецьких дослідників дискурсів - лінгвіста Клаудії Фрассо і фахівців з онлайн-комунікації Штефана Мейєра і Крістіана Пентцольда «Онлайн-дискурси. Методичний інструментарій збору і аналізу даних для визначення онлайн-дискурсів як соціальних практик» [7]. Методологічно проект спирається на відомі підходи до дослідження дискурсу - фреймовий і соціосеміотичний, але при цьому основна увага приділяється формулюванню нових вимог до збору та аналізу онлайн-даних. Проект передбачає розробку інструментарію аналізу, узгоджується з медійною специфікою онлайн-дискурсів.

До основних цілей проекту відноситься розробка циркулярного і процесуального методу збору та аналізу даних, а також критеріїв для вибору методу аналізу, відповідного для онлайн-комунікації. Підкреслюється, що вибір повинен здійснюватися з урахуванням особливостей конкретної

комунікативної практики в онлайн-просторі. Так, наприклад, міжособистісну онлайн-комунікацію, швидше за все, слід вивчати за допомогою лінгвістичного аналізу дискурсу, блоги - за допомогою аргументаційного аналізу, фото-галерею - за допомогою семіотичного аналізу [8]. І, нарешті, необхідно створення дієвих інтерпретаційних зразків за принципом «потрійного мета-методу», що представляє собою інтеграцію фреймових підходів з лінгвістики, соціології знання і теорії комунікації.

Цікавий і перспективний підхід до вивчення політичних дискурсів в Твіттері представлений в колективному дослідженні під керівництвом К.Тімм «Контекстуалізація через хештеги». За допомогою соціальних медіа відкриваються «нові (політичні) простори дій (Handlungsspielraum), в яких розвиваються мовні ігри та аудіовізуальні символні дії» [9, s. 139]. Через хештег ідентифікуються і структуруються дискурси, і стає можливим створення тематичної когерентності, сенквенціальності, інтертекстуальності та тим самим дискурсивності [9, s. 156].

Іншим завданням є вироблення підходів до вибірки і акумуляції текстів Мережі з наступним аналізом значимих висловлювань, що, в свою чергу, ставить похідне завдання – окреслення українського інтернет-дискурсу як емпіричного поля дослідження. З цією метою необхідне з'ясування кола ресурсів, які утворюють саме український сегмент інформаційно-комунікативного простору як сукупності розміщених в Інтернеті засобів масової інформації та комунікації, у яких можуть застосовуватись інтерактивні форми роботи з аудиторією і на сторінках якого з певною регулярністю розміщуються розраховані на масову аудиторію суспільно значущі медіа тексти.

Важливо, що попри те, що Інтернет є глобальною мережею, особливості національних процесів інформатизації, а також специфіка політичного, економічного, культурного життя в різних країнах дає змогу говорити про формування національних сегментів інформаційного простору, у якому функціонують ресурси з достатньо вираженими національними особливостями. З'ясування специфіки розвитку українського інтерактивного простору потребує чіткого окреслення предмета аналізу, і відповідно – визначення його меж. Відразу доводиться констатувати, що однозначно розмежувати національні сегменти навряд чи можливо – і з огляду на такі конституюючі ознаки Інтернет-простору, як глобальність та досупність, і враховуючи надвисоку рухливість та динамічність інформаційного середовища вебу, і в силу специфіки вітчизняного інформаційного простору, що, значним чином залишається пострадянським та інкорпорованим із потужним російським. Саме з огляду на останній аспект найбільш актуальним, хоч і не єдиним завданням тут є розмежування «Рунету» та «Укрнету» як дослідницького поля дискурсивних практик.

Найбільш простим і очевидним видається формальний підхід до диференціації національних сегментів інтернет-простору – покладення в основу визначення юридичного (адміністративного) принципу, згідно якого доменні імена з сукупністю IP-адрес користувачів, а також мереж, що проходять по території країни, є демаркаційною ознакою при описі національного сегменту Інтернету; до адміністративних критеріїв може бути віднесений і критерій розташування хостингу (комп'ютерів та відповідного програмного забезпечення) для розміщення фізичної інформації на сервері. Втім, вибір хостинг-провайдера чи реєстрація доменного імені визначаються досить часто фінансовими, маркетинговими чи безпековими чинниками,

відповідно, формальні критерії не можуть переконливо свідчити про належність, чи, навпаки, не належність ресурсу до національного сегменту інфопростору.

Одним із ключових показників національного простору в мережі Інтернет виступає мова, відповідно, серед окремих українських блогерів і дослідників побутує думка, що український сегмент соціальних медіа та Інтернету загалом має визначатися за мовною ознакою. За цією ж логікою російськомовні дискурси, продюзовані українцями, розглядаються як частина загальноросійського інтерактивного простору [10].

Утім, для досліджень специфіки українських масових комунікацій виокремлення національного інформаційного простору за мовною ознакою не може вважатися репрезентативним, оскільки в умовах білінгвізму в Україні продукується як російськомовний, так і україномовний контент, паралельно з публікаціями іншими мовами. Якщо врахувати, що багато інтернет-ресурсів існують в декількох мовних версіях, стає неминучим перетин і накладення меж національних інтернет-сегментів, що суперечить самій логіці сегментації і демаркації кордонів географічного простору. Комунікація користувачів українських соціальних медіа за неписаним етикетом (нетикетом) є полімовною – користувачі дописують тією мовою, якою комунікують; більшість тредів як мінімум двомовні, в окремих спільнотах послуговуються також білоруською і польською. Деякі користувачі дублюють дописи двома мовами (наприклад, політик Міхаель Саакашвілі чи поет Борис Херсонський). У будь-якому випадку, практика деяких російських ресурсів (блогів, файлообмінників, спільнот у соціальних мережах) забороняти «размещение сообщений на любых других языках,

криме русского, а также сообщений, написанных транслитом» (пошукова система Google на відповідний запит пропонує понад 12 тис. результатів) для українських ресурсів нехарактерна. Загалом, мовні практики в інтерактивному просторі є достатньо складними і заслуговують на окреме дослідження, проте навіть поверховий огляд дозволяє говорити, що мовний підхід до визначення національних сегментів інфопростору цілком справедливо може вважатися оптимальним для лінгвістичного аналізу, проте дослідження онлайн-дискурсу як простору продукування і трансляції смислів потребує вибору більш адекватних критеріїв.

Власне, неадекватність мовного підходу у випадку, коли предметом аналізу є просеси смислотворення, підтверджують навіть ті дослідники, що наполягають на розмежуванні «Рунету» та «Укрнету» як сукупності відповідно, російськомовних та україномовних ресурсів, визначаючи при цьому «межі політичного сегменту Рунету» (очевидно, як простору значимих висловлювань), орієнтуючись на «інтерес широких кіл політизованою аудиторії» [11, С.70.]. Показовим видається також висновок дослідження російськомовної блогосфери Центром Беркмана при Гарвардському університеті 2010 р., основаного саме на мовному критерії, про слабкість якого йшлося вище. Його результати фіксують, що аналізовані «регіональні блогери з України», що розглядаються як учасники російської блогосфери, пишуть в абсолютній більшості (84 %) в Україні, використовуючи переважно українські зовнішні посилання [12, с. 23, 55]. Відповідно, логічним було б говорити не про «регіональних учасників російської блогосфери», а про власне українську блогосферу, що об'єднує блогову україніку – публікації, цитати, мультимедійний контент, пов'язані гіперпосиланнями та коментарі

веб-сторінок (блогів), створені українськими користувачами, з українським хостингом, що стосуються українських реалій.

Таким чином, у політичних, соціальних, соціокультурних дослідженнях Мережі логічно відштовхуватися від користуваче-центричного підходу, коли в основу виділення національного сегменту може бути покладено поняття аудиторії Інтернету. Відповідно, український ол-лайн дискурс охоплюватиме сукупність текстів, розрахованих, насамперед, на українську аудиторію та спрямованих на висвітлення у першу чергу подій в Україні, чи закордонних – з точки зору українського користувача [13]. У зв'язку з цим для визначення українського онлайн-дискурсу як мережевої україніки, пропонуються підходи, розроблені у документознавстві для створення «україніки» як українського національного бібліографічного репертуару творів, що безпосередньо або непрямо стосуються всіх сторін життя України, документів з української тематики [14]. Такий підхід логічно поширювати на весь контент і визначати Укрнет як сукупність усіх ресурсів і дискурсів, створених українцями, українською та іншими мовами, що прямо чи опосередковано стосуються української тематики. Включення до переліку не лише ресурсів і контенту, а і дискурсу, пов'язане з такою важливою характеристикою інтернет-комунікації, як інтерактивність – участь користувачів у творенні контенту. Тобто, якщо російський (польський, білоруський чи будь-який інший) журналіст, блогер, політик на російському ресурсі висловлює власну точку зору щодо української проблематики – йдеться про неукраїнський інтернет-дискурс лише до того моменту, коли українські користувачі включаються в обговорення, створюючи через коментарі значимий (тут йдеться про зміст і кількість інформації) контент. Відповідно, дискурсивний акт, для якого неукраїнська публікація стала лише

інформаційним приводом, створює тред⁷ коментарів, посилань тощо, які включають дане повідомлення в український дискурс.

Характерним прикладом може бути обговорення так званих «декомунізаційних» законів навесні-влітку 2015 р. Зміни, обов'язкові до внесення в інформаційний і символічний простір України є досить дискусійними, як серед фахівців, так і пересічних громадян. Парадоксально, але для дослідження дискусій української Facebook-спільноти більш перспективною видається сторінка російського каналу «Дождь», аніж Українського інституту національної пам'яті. Остання об'єднує швидше однодумців, що підтримують рішення, позиція противників представлена слабо. В обговореннях проблеми на Facebook-сторінці російського ресурсу представлено максимально широкий набір аргументів як російських, так і українських користувачів.

В інших ситуаціях включення в український дискурс «зовнішніх» текстів, що публікуються українським користувачем і супроводжується при цьому оцінками та коментарями призводить до набуття ними нових (відмінних від попередньо заданих чи навіть протилежних) значень. Так, фото та відеоролик про проблеми російських громадян, що їдуть влітку 2014 р. в анексований Крим (кількадобові затори на Керченській переправі, спека, побутові незручності і т.д.), опубліковані та обговорювані українськими учасниками Facebook-спільноти (понад 200 коментарів, 3 тис реакцій

⁷ Thread (англ. - нитка) в інтернет-форумах, блогах, списках розсилки, конференціях – відповіді на повідомлення, що показуються у вигляді пов'язаної послідовності («гілки»), якщо їх об'єднує спільна тема або загальний ідентифікатор. Див.: [15]

(вподобань, поширень)⁸ створюють якісно новий текст, принципово відмінний від початкового повідомлення: замість невдоволення дискомфортом ситуація набуває протилежного значення – підтвердження тези про неприйнятність територіальних зазіхань як «крадіжок»: *«бажання злодюжки пощупать свіжовкрадену річ», «преступники ... всегда возвращаются на место преступления», «... все испортили, сделали из Крыма какую-то зону отчуждения и теперь едут туда же...», «... поспішають на скупку краденого?... ☺».*

Залежно від поставлених дослідницьких задач, предметом дослідження може бути як повна вибірка контенту щодо певної проблеми, так і виявлення інформаційних вузлів, у яких відбувається найбільш потужне генерування смислів у процесі полілогу. Здатність соціальних медіа до так званого «вірусного» поширення інформації та їх конвергентність (взаємна пов'язаність, що припускає цитування і передачу різного контенту) призводять до інформаційного розгортання обговорення проблеми. Що викликає інтерес аудиторії. Причому, хоча користувачі соціальних медіа далеко не всі є активними в суспільно-політичних процесах (значна їх частина розглядає мережеву комунікацію в якості розваги), соціально активні учасники все одно здатні впливати на суспільно-політичну ситуацію через «інформаційно пасіонарне» ядро.

⁸ Дмитрій Чекалкін. Допис на Facebook-сторінці від 19.08 2014 р. https://www.facebook.com/Dmitriy.Chekalkin/posts/995264513833135?reply_comment_id=996022767090643&total_comments=6

Очевидно, що такими інформаційними вузлами здатні стати сторінки впливових і авторитетних учасників соцмереж – так званих лідерів думок (opinion leader) – медійних персон, які мають істотний вплив на думки і світогляд інших людей, здатні впливати чи навіть формувати громадську думку. Зважаючи на описане вище явище конвергенції і той факт, що лідери думок присутні, як правило, у декількох медіа одночасно (сторінки у Facebook, Twitter, блог чи декілька на різних майданчиках, колумністика в інтернет-ЗМІ), вважаємо за доцільне використовувати термін «блогер» для позначення автора, що пише у інтерактивному просторі.

Судження, вчинки та ідеї таких лідерів думок сприймаються, обговорюються і транслюються сотнями тисяч читачів. Досить показовим видається порівняння: всеукраїнська щоденна суспільно-політична газета «Сьогодні», що, за даними дослідницької компанії TNS (Тейлор Нельсон Софрез), станом на 2015 р. є лідером серед усіх друкованих видань в Україні, має аудиторію 665 тис. читачів. Аудиторія кожного з 10 найрейтинговіших (за даними Watcher – спеціалізованого ресурсу, присвяченого висвітленню інтернет-комунікацій) українських користувачів Facebook – від 300 до 100 тисяч читачів. Тобто, сторінки українських лідерів думок за розмірами аудиторії порівнювані з традиційними ЗМІ. Водночас, для соціальних медіа набагато важливішими за статистичні дані щодо аудиторії є, в силу інтерактивності як ключової ознаки, встановлювані зв'язки та генеровані смисли.

Отже, впровадження новітніх технологій змінює стандарти спілкування і обміну інформацією, відтак, потребує не лише наукового осмислення, а і, з огляду на формування відповідних масивів даних в режимі «інформаційного

вибуху», одночасного вироблення інструментарію досліджень, виявлення оптимальних маркерів – певних індикаторів, критеріїв-показників, згідно яких здійснюється вибірка та аналіз дискурсивних актів, результатом яких стають треди публікацій, коментарів, цитат, посилань тощо.

Потреба політологів, експертів, журналістів, партій (рекрутування нових облич), у рейтингах впливових постатей соціальних медіа призводить до формування та побутування рейтингів різного статусу та якості. Під «рейтингом» розумітимемо список учасників спільнот, організований за принципом ієрархії – від більш популярних до менш за визначеними маркерами. Відповідно, маркерами називатимемо певні критерії-показники, згідно яких здійснюється порівняння учасників рейтингів.

Рейтинги можуть бути автоматичними (підрахунок здійснюється і оприлюднюється для всіх учасників спільноти, а порівняння результатів представлені у вигляді списку, де верхні позиції займають учасники з найбільшими показниками (такий підхід, наприклад, використовує блог-платформа LiveJournal). Інший варіант – за вибором учасника, коли для підрахунку з наступним ранжуванням він повинен включити свою сторінку в процес рейтингування (використовує сервіс «Klout» (<http://klout.com/home>), який оцінює акаунт (або з'єднані акаунти однієї особи) за 35 параметрами). Як вже було сказано, в Інтернеті присутні десятки рейтингів – від ранжування учасників окремих ресурсів до зведених списків, де на місце розташування учасника впливає сума його показників впливовості на різних ресурсах.

До ключових маркерів, за якими можна виявити найвпливовіших учасників Мережі або її національного сегменту можуть бути віднесені

охоплення аудиторії – кількість друзів, читачів/учасників мереж, що підписались на отримання сповіщень про активність блогера (опція «стежити» у соціальних мережах). Це поняття не тотожне «читачам», оскільки у другому випадку перегляди можуть бути спорадичними, через передруки інших учасників інтерактивного простору чи навіть ЗМІ).

Вид та інтенсивність взаємодій, здійснюваних в межах соціальних медіа, зумовлює той факт, що вимірювати їх лише за допомогою показників, що відображають користування з інтернет-сторінки, недостатньо. Спробою вирішення цієї проблеми є пропозиції введення до досліджень Інтернету додаткового показника (або показників), котрі ілюструють інтенсивність використання цього сервісу та ангажування користувача (engagement, рівень зацікавленості, залучення аудиторії) – визначення кола інтерактивних користувачів; дозволяє дослідити взаємодію користувачів, є співвідношенням розмірів аудиторії і загальної кількості дій користувачів (вподобання, поширення, згадування, позначення як «обране», рекомендації) за певний проміжок часу, що характеризує інтенсивність інтерактивності; кількість і якість дискусій; швидкості поширення контенту, інтенсивності розмови, поведінка (тон висловлювання, думки) а також показників впливу на користувачів [16, р. 193-194].

Важливо також враховувати індекс якості прихильників – якісні характеристики аудиторії: наявність в ній лідерів думок, журналістів, громадських активістів, чия аудиторія у випадку їх залучення додається до оцінюваної; у більшості послідовників заповнені профілі користувачів, структуру зв'язків – чи присутні серед аудиторії журналісти, лідери думок, політики, громадські активісти). Ще один елемент – визнання успішним

блогером, що виявляється в експертних публікаціях у галузевих медіа, перетворення дописів на інформприводи. Ефективним показником може вважатися конверсія (conversion – перехід з одного стану в інший), коли автор здатен мобілізувати аудиторію; прикладами можуть бути волонтери зі збором коштів, організація толоки чи акцій підтримки/протесту, висвітлення журналістами подій без прес-релізів і запрошень.

Попри неідеальний характер (закритість критеріїв, не враховує зовнішню аудиторію), перспективним видається один із показників, на якому будується рейтинг користувачів LiveJournal – «соціальний капітал», розроблений адміністрацією платформи. Формула враховує ряд критичних параметрів в оцінці впливовості блогера: відвідуваність блогу, якість аудиторії, регулярність публікацій і інше.

Окрім цього, залежно від характеру та завдань дослідження можуть розроблятися і використовуватися ситуативні маркери, як, наприклад, рівень конструктивності, динаміка, унікальна відвідуваність, відсоток повернення; відвідувачі ключового регіону; індекс якості контенту (comments/posts); індекс якості друзів (friends/comments). Кінцеві показники варто вираховувати залежно від цілей та загальної стратегії дослідження.

Загалом, в силу дисперсності (лідери думок досить часто мають декілька акаунтів з різною аудиторією, обговорення може паралельно здійснюватись як в треді оригінального посту, так і при його поширенні), мозаїчності і кліповості – сторінки представляють собою набір найчастіше не пов'язаних між собою повідомлень; принципового для соціальних медіа особистісного підходу, відповідно – суб'єктивності створеного контенту, ускладнюється дослідження простору соціальних медіа. Описані

характеристики часто унеможливають ефективне використання методології дослідження традиційних медіа. Здатність соціальних медіа до так званого «вірусного» поширення інформації та їх конвергентність (взаємна пов'язаність, що припускає цитування і передачу різного контенту) призводять до інформаційного розгортання обговорення – від інтерв'ю регіональному каналу до поширення через відеохостинг і коментування в десятках публікацій. Отже, впровадження новітніх технологій змінює стандарти спілкування і обміну інформацією, відтак, потребує не лише наукового осмислення, а і, з огляду на формування відповідних масивів даних в режимі «інформаційного вибуху», одночасного вироблення інструментарію досліджень

Відповідно, вироблення ефективних, коректних та оптимально інформативних індикаторів для досліджень соціальних медіа як дискурсивного простору, застосування та осмислення запропонованих маркерів науковцями різних галузей, що працюють в інтерактивних мережах, є завданням, вирішення якого сприятиме ефективним науковим рефлексіям щодо нової інформаційної, відтак – соціокультурної реальності.

З огляду на розширення дискурсивних практик участі у поясненні та конструюванні інформаційної реальності через залучення широких верств населення до комунікації у інтернет-просторі та активізацію такої комунікації, актуальності набуває не лише необхідність вивчення культурних текстів, що створюються різними семіотичними засобами, а й залучення до вирішення цього завдання напрацювань з різних суміжних дисциплін, методів аналізу, орієнтованих на вивчення символічного зрізу соціокультурного простору.

II ІДЕНТИФІКАЦІЙНІ СИСТЕМИ У ВІДОБРАЖЕННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО РЕСУРСУ

2.1. Мережеве середовище як простір самоідентифікації і трансформації колективних ідентичностей

Глобалізація як загальносвітовий процес інтеграції економічних, фінансових, соціокультурних аспектів життєдіяльності країн світу не лише відкриває нові можливості для техніко-економічного розвитку, а й сприяє трансформації культури, способу життя людей, системи цінностей і настанов, що визначають становище людини в суспільстві. Досить усталеною на сьогодні є точка зору про те, що глобалізація руйнує і трансформує традиційні форми ідентичності, і в людей зникає відчуття причетності до певного оточення, сталих та визначених цінностей і орієнтирів [1, с.15]. При цьому створюються умови для руйнування ідентичності, пов'язаної з нацією-державою, що є досить гострою проблемою сьогодення і позначається як «криза ідентичності», яка проявляє себе на всіх рівнях суспільного життя. Даний феномен, як правило, пов'язується з розмиванням етнокультурних засад ідентичності націй. Відповідно з боку держав, і не лише національних, а й полінаціональних, є прагнення зберегти національну, загальнодержавну ідентичність, оскільки в умовах глобалізації втрачається підґрунтя, на якому базувалася єдність і монолітність індустріальних країн. Створюється ситуація невизначеності, тобто коли нові ідентичності, засновані на переформатуванні соціальної структури суспільства, що мають прийти на зміну попереднім, ще не сформувалися в закінченому вигляді, а «старі» традиційні цінності зазнають потужного тиску з боку глобалізації. Таким чином, на сьогодні

актуалізується проблема пошуку адекватних рішень у відповідь на виклики глобалізації.

Узагальнюючи і уточнюючи описані фахівцями **конститутивні характеристики** Інтернет-комунікації, можна виділити ряд її визначальних рис, що характеризують, відповідно, інформаційні ресурси, створені, акумульовані, поширювані і Інтернет-середовищі. Серед них, зокрема, **глобальність** – широке трансляційне покриття аж до необмеженої кількості учасників, досяжність інформації з будь-якої точки зв'язку з Інтернетом та доступність широкому колу осіб або навіть всім користувачам Інтернету. Це пов'язано не тільки з технічними параметрами (підключення до глобальної мережі на основі протоколу TCP / IP), а й з феноменом нової соціальної організації. Учасники Інтернет-комунікації не розділені відстанями, політичними кордонами або мовними бар'єрами: мова зображення і музики зрозуміла всім, а потужні пошукові засоби Інтернет мають функцію оперативного перекладу будь-яких екранних текстів на прийнятному для загального охоплення інформації рівні. Спеціалізована інформаційна комп'ютерна мережа за короткий термін набула рис соціальної системи, основною функцією якої є комунікація.

Описана глобальність та **опосередкованість** (спілкування здійснюється за допомогою технічного засобу), і, відповідно, електронний сигнал⁹ як канал спілкування, визначають **дистантність** інтернет-дискурсу. Інформаційними одиницями виступають веб-сайти, або веб-вузли – специфічні електронні тексти (їх сукупність), що технологічно та культурно співвідносяться з письмовою комунікацією, а також з розмовними інтеракціями і з іншими

⁹ Електронний канал передачі сигналу, очевидно, є специфічною рисою інтернет-дискурсу, однак точніше визначати його як «цифровий», щоб виокремити від інших дискурсів, опосередкованих електронними каналами інформації – телевізійного чи радіо. При цьому в науковій літературі поняття «електронний» та «цифровий» досить широко використовуються в якості синонімічних.

формами електронного тексту [45]. Ресурси кожного національного інформаційного середовища формують глобальний інформаційний простір, що активізує в контексті національних інформаційних політик дві тенденції. Перша наповнення національного простору не лише інформацією, продукованою народом на різних етапах його розвитку, а й відбір, акумуляцію, забезпечення доступу до глобальних інформаційних ресурсів, необхідних для національного поступу. Друга тенденція – представлення національних інформаційних ресурсів у формуванні глобального соціокультурного середовища, включеність національного інформаційного виробництва у світові процеси інфотворення. Таким чином, опосередкованість, а відтак – дистантність інтернет-дискурсу є одним із шляхів формування глобального інформаційного простору як не просто суми національних, а нової якості інформаційної інтеграції.

Специфіка електронного тексту визначає ще одну важливу характеристику Інтернет-дискурсу – *гіпертекстуальність*, яка базується на формі організації електронного дискурсу, що дозволяє переходити між частинами документа або різними документами, використовуючи наперед задані елементи зв'язку; це властивість тексту відсилати реципієнта до інших текстів, нелінійний спосіб зберігання інформації.

Ідея нелінійного тексту, яку докладно розробив Ж. Дерріда, одержала своє втілення в концепції «гіпертексту» американських учених Д. Енгельбарта та Т. Нельсона, зміст якої полягає у винесенні тексту за межі геометрично організованого простору сторінки за допомогою комп'ютера [41, с. 41]. У об'ємному просторі від кожної інформаційної одиниці тексту можна перейти до багатьох інших елементів, що на тій чи іншій підставі можуть бути з ним зіставлені. Кожний фрагмент тексту – носій змісту – має кілька

таких варіантів переходу, всі фрагменти є рівноправними й доступними. Така структура може бути проілюстрована відомою метафорою «павутини», що в такому випадку передає не лише принцип зв'язку між серверами і комп'ютерними центрами чи механізм передачі даних, але і спосіб організації тексту.

Гіпертекст у сучасних інформаційних технологіях реалізується за допомогою вузлів (nodes) і гіперпосилань (links/ hyperlinks), що утворюють мережу текстів.

Визначаючи термін «гіпертекст», дослідники вказують на спосіб організації електронного тексту (знакової конструкції), що характеризується специфічною структурованістю і розгалуженою системою програмно підтримуваних внутрітекстових і міжтекстових переходів, з мультимедійним представленням інформації (об'єднання тексту, графіки, відео, звуку), що допускає можливість читацького інтерактивного впливу на послідовність відтворення композиційних одиниць [7, с. 14;52].

Гіперпосилання роблять тексти багаторівневими, «звільняючи від зайвих пояснень у самому тексті, але не обмежуючи їх кількості за його межами. У мережному спілкуванні вони зазвичай замінюють перекази різних історій» [37, с. 105]. Зчитування користувачем інформації формує новий «гіпертекстовий документ», який відрізняється від традиційних текстів нелінійністю, нескінченністю, незавершеністю, відкритістю, зняттям протиставлення «автор – читач», численністю авторства, а відтак – часто відсутністю точного авторства, об'єктивністю, багатовимірністю, неоднорідністю, дискретністю. Гіпертекстуальність реалізовує опозицію «сегментація – інтеграція», характерну для інтернет-дискурсу, дозволяє враховувати постійне співіснування, взаємодію протилежних тенденцій до

інтеграції інформації і, в той же час, до її сегментування. Таким чином, категорія «гіпертекстуальність» має двоїсту природу - з одного боку, це засіб оформлення дискретності, вибудовування нелінійного тексту відповідно до хаотичності і атомізованості сучасного світу, з іншого боку, гіпертекстуальність забезпечує цілісність сприйняття тексту - як форми відображення множинності сучасного стану інформаційного світу.

Гіпертекст не має ні ієрархічної структури, ні фіксованих початку й кінця, ні замкнутості, властивих звичному лінійному тексту, він принципово відкритий доповненню й навіть жадає від свого споживача активного співробітництва. Таким чином, як зауважує В. Штанько, екранна культура «ґрунтується не на оповіданні, на якому базується практично вся традиційна письмова культура, а на діалозі, що переходить у полілог» [44, с. 137]. Гіпертекстуальність забезпечує пов'язаність інформаційних ресурсів всередині інформаційного простору. Існування інформації в глибинному вимірі гіпертексту, що його можна «викликати», активізувати для сприйняття, детермінує *віртуальний характер* інтернет-дискурсу, складові частини якого мають скомпресований характер, що означає обов'язкову опору на віртуальні тексти, «заховані» у глибині інформаційного поля.

Описана характеристика істотно впливає на соціокультурні характеристики інформаційного середовища, зокрема його *мозаїчність*, що загалом притаманна, за визначенням М. Кастельса, «культурі реальної віртуальності» – створеної комп'ютерами в кіберпросторі, що представляє собою «безперервний процес створення і руйнування». Відповідно, попередні форми причетності до сталих спільнот, стабільної структурованості світу, традиційних культурних утворень в такому суспільстві поступаються місцем ефемерним формам, які весь час

змінюються. Як зазначає М.Кастельс, “це справді культура, але культура ефемерного, культура кожного стратегічного рішення, швидше клаптикова ковдра, зшита з досвіду й інтересів, ніж хартія прав і обов’язків” [21, с. 197]. Концепція мозаїчності світу Гарольда Інніса (Harold Innis), розвинена Маршаллом Маклюеном [48], призводить до втілення різноманіття світу в «колажній картині» гіпертексту, матричній формі подання. Гіпертекст заснований на тенденціях, що проявилися ще в літературних експериментах письменників ХХ-го століття, і знаменує перехід від лінійних, структурованих і ієрархічних форм письмової комунікації до дискретних, децентралізованих і мобільних засобів інформації [33, с.121-127]

Електронне спілкування представляє складну комбінацію дискурсів: побутового, ділового, наукового, політичного, рекламного та ін. Структуру дискурсивного комплексу Інтернету формують субдискурси у складі основного, складеного дискурсу, що що відносяться до тієї ж предметно-інформаційної галузі і розкривають її. Така дискурсивна комплексна система будується як єдине ціле, що складається з багатьох компонентів, виражених різними кодами. Всесвітня Мережа утворює мережевий простір, всередині якого розгортається процес не лінійної, а просторової і багатовимірної комунікації.

Гіпертекстовий простір як електронне середовище мережі Інтернет виступає в якості медіатора між автором і масовою аудиторією. Синергетичний ефект гіпертекстуальності – додатковий результат, отриманий від тісної злагодженої взаємодії окремих елементів системи, виділяє нову характеристику текстів мережі Інтернет - **когнітивну взаємодію**. Суть когнітивного взаємодії проявляється у співіснуванні великої кількості смислових сфер в одному смисловому полі, сайті, сторінці в

Інтернеті в умовах постійного оновлення, зміни, збагачення чи, навпаки, збіднення.

Наступні характерні риси інтернет-дискурсу – інтерактивність та мультимедійність також пов'язані з гіпертекстуальністю. Гіпертекст в мережі Інтернет є технічна форма існування інтернет-дискурсу у віртуальному просторі, одночасно в багатьох точках простору і моментах часу, доступний для необмеженої кількості авторів, співавторів, читачів і співчитачів, інтерактивно пов'язаних з допомогою мультимедійного середовища мережі Інтернет, що можуть в реальному просторі та часі формувати, передавати, проглядати, продовжувати і змінювати, структурувати текст відповідно до запитів. Зазначені процеси дозволяє реалізувати така характеристика нових медіа, зокрема і інтернет-дискурсу, як *інтерактивність* (від англ. interaction - взаємодія) у якості реактивної (запит – відповідь) або діалогової взаємодії, та операбельність гіпертексту, що включає допоміжний інструментарій, який дозволяє прискорити отримання потрібної інформації та її використання. Найпростіший варіант прояву інтерактивності - посилання в електронному тексті, за якими користувач може переміщатися від одного документа до іншого (а може ігнорувати).

Окремо слід наголосити на мультимедійності гіпертексту мережевих інформаційних ресурсів. *Мультимедійність* (multimedia, від англ. multi - багато і media - носій, середовище) забезпечується новітніми технологіями і об'єднує в собі всі доступні форми подання інформації – графіку, текст, відео, аудіо, фотографію, анімацію, звукові ефекти, звуковий супровід і т.д. Веб-документи містять крім тексту картинки, графіки, відео- і аудіофрагменти, що розширюють параметри тексту, змінюють співвідношення статички і динаміки. Така багатоканальна передача інформації, під час якої

поєднуються різні знакові системи (мова, звук і зображення), виступає конститутивним принципом Інтернет-комунікації. Еволюція електронних засобів масової комунікації убік спочатку самодостатньою візуальності, а потім і іконічної графічності була передбачена теоретиком мас-медіа М. Маклюеном, який писав про те, «мова набуває графічного, або іконічного характеру, значення якого майже ніяк не пов'язане з семантичним універсумом і взагалі не належить республіці букв» [32, с.222].

Продуктом мультимедійності є креолізовані комп'ютерні тексти – відповідне поняття введено для позначення текстів, фактура яких складається з вербальної і невербальної (належних до інших знакових систем) частин. Креолізованість, що розуміється, як наявність в тексті графічної інформації, є логічним наслідком мультимедійності як характеристики комп'ютерного дискурсу. Креолізований текст, таким чином є текстом змішаного типу, що містить вербальний і іконічний елементи.

Яскравим прикладом створення якісно нового інформаційного продукту на основі мультимедійності ресурсу і використання креолізованого тексту можуть служити масштабні культурні проекти, реалізовані установами пам'яті: згадуваний вище "Europeana 1914-1918" об'єднує текстові, візуальні, аудіо, відео матеріали у віртуальний архів; Світова цифрова бібліотека з метою розширення обсягу і різноманітності культурологічного контенту в Інтернеті, вільного та безперешкодного представлення через кращих зразків культурної спадщини людства, об'єднує цифрові копії рукописів, рідкісних та цінних видань, мап, картин, фільмів, фотографій, музичних записів, музейних та архівних об'єктів, що цілісно представляють історію цивілізації. Наукові віртуальні лабораторії, бази

даних, інтернет-архіви публікацій поєднують тексти, кількісні дані, зображення, відео експериментів, лекцій тощо.

Російська дослідниця І. А. Ільїна виділяє *полікодовість* Інтернет-дискурсу, що також може розглядатися як засіб гіпертекстуальності. Інтерактивний полікодовий контент електронних періодичних видань різноплановий: текстовий блок належить сфері філології, програмне втілення і представлення текстових конструкцій в електронному нелінійному вигляді відноситься до сфери комп'ютерної комунікації та інформаційних систем, а мультимедіа, як важлива складова гіпермедіа, відноситься до сфери інтересів дизайнерів і медіа-фахівців, що працюють з аудіо-та відеоінформацією». Таким чином, на перший план висуваються не тільки проблеми створення гіпертекстового контенту, а й проблеми дослідного характеру - пошук способів комплексного аналізу мультиформатного представлення тексту [18].

Гіпертекст не є просто сумою текстів, мультимедійно пов'язаних між собою. Кращим підтвердженням цьому служить те, що письмові та усні види комунікації включені в цей рівень на правах складових нового об'єднаного комунікаційного простору. При цьому вони зберігають всі свої особливості, якщо розглядати їх у межах їх рівня, але набувають нові якості, якщо функціонують як елемент нової системи. Традиційний письмовий текст, потрапляючи в інформаційний простір, змінюється, набуваючи гіпертекстової форми. Гіпертекст, об'єднаний в єдине функціональне ціле за допомогою системи міжтекстових переходів, - це одночасно і зручна візуальна форма, яка може бути адекватно сприйнята з екрану монітора, і реалізація переваг комп'ютерних технологій, що дозволяють матеріалізувати інтертекстуальність.

Інтертекстуальність, таким чином, є у смисловому плані одним із засобів оформлення гіпертекстуальності електронного дискурсу: будь-яка алюзія може бути перевірена переміщенням по гіпертексту до джерела, розширена і продовжена. Не випадково в англійській мові для позначення процесу пошуку інформації в мережі Інтернет використовується термін *to surf* - «серфінгувати», перелітати по гребнях з хвилі на хвилю. Таким чином, передається і конотація поверховості, неглибокого пізнання, «хапання вершків», яскравого і привабливого на противагу вдумливому рефлексуванню, спогаду і асоціюванню при читанні паперового тексту книги. При всьому при цьому в інформаційному періоді здатність швидко знаходити, осмислювати, оцінювати і використовувати інформацію з усіма її зв'язками в глобальній інформаційній системі передається прямим значенням дієслова «перелітати з одного веб-сайту на інший» [33, с.120]

Доступність споживчих властивостей інформації віртуального дискурсу забезпечує багаторазово переважаюче охоплення аудиторії, швидкий і усеохоплюючий інформаційний пошук в сучасному світі стає істотною конкурентною перевагою, віртуальний дискурс перемагає саме внаслідок гіпертекстуальності його втілення. Одна із головних ознак гіпертексту – *доступність інформації*: інтелектуальна (зрозумілість), комерційна, фізична. Читач може отримати пояснення будь-якого факту на будь-якому рівні складності: можна знайти будь-яке джерело в діапазоні від енциклопедичних словників до форуму, де простими словами користувачі пояснюють один одному будь-які поняття, або картинок і карикатур, відеороликів на ту ж тему.

Віртуальний дискурс не обмежений тільки зоровим сприйняттям: для людей з обмеженнями по зору існують системи звукового спілкування з

комп'ютером, які дозволяють створювати аудіовіртуальні дискурси [33, с.121].

Дистантність учасників поліфонічного дискурсу при бажанні забезпечує *анонімність* – можливість учасникам спілкування надавати про себе відомості в обмеженому чи неповному форматі, або ж такі, що не відповідають дійсності. Прояв цих характеристик середовища досить відносний – від практично повної анонімності форумів чи чатів до відкритої публічності соціальних мереж або саморозкриття особистості на персональній веб-сторінці [2]; від принциповості авторства у науковій чи культурній комунікації, до анонімності як способу захисту чи, навпаки, агресії у випадку маніпулювання у політичній комунікації та відповідних інформаційних ресурсах, що відображають ці сфери діяльності. Аналогічні тенденції прослідковуються і щодо такої риси спілкування в Мережі, як неформальність, що має менші прояви у науковому дискурсі і посилюється відповідно у культурному, політичному, та є майже абсолютною у побутовому. Прояв цього – розкутість, явище, що є наслідком анонімності і дистантності, формує дві протилежні тенденції, характерні для інтернет-дискурсу: з одного боку, свободу в інтернет-дискурсі – можливість вільно висловлювати свої думки, без страху перед наслідками; з іншого – посилення девіантної комунікативної поведінки. Так, для суспільно важливого політичного дискурсу зниження до мінімуму відповідальності за поведінку в Мережі призводить до поширення деструктивних моделей поведінки («спам»¹⁰, «флуд»¹¹, «тролінг»¹², «флейм»¹³), дослідження яких, поза тим, є

¹⁰Спам (англ. spam) - масова розсилка інформації особам, які не проявляли бажання їх отримувати.

¹¹Флуд (англ. flood - повінь) - розміщення однотипної інформації, повторюваних фраз, символів, букв, слів, однакових графічних файлів або просто повторюваних коротких повідомлень на різних гілках одного форуму, різних форумах, чатах і блогах.

актуальною проблемою для соціологів, політологів, лінгвістів. Без сумніву, безцінним джерелом для відповідних досліджень стане ресурс, сформований в результаті описаного вище проекту Бібліотеки Конгресу із архівування повідомлень Твіттеру та інші проекти із відбору, архівування та збереження інформації, продукованої соціальними медіа.

Водночас анонімність, а відтак – переважно статусна рівноправність у віртуальному світі, сприяє створенню Інтернетом ілюзії свободи, сприяє безпрецедентного об'єднанню учасників Інтернет-дискурсу в глобальне співтовариство. Високий рівень ступінь анонімності спілкування дозволяє долати комунікативні бар'єри, пов'язані із зовнішністю, статтю, віком і соціальним статусом його учасників. Вона дає більше творчої свободи, а також сильно скорочує соціальну дистанцію порівняно із традиційним спілкуванням. Своєрідність протікання процесів міжособистісного сприйняття в Інтернеті призводить до того, що територіальна доступність і фізична привабливість втрачають своє регулююче значення, а спілкування будується завдяки подібності установок, переконань і цінностей. Саме тому для інтернет-дискурсу характерний істотний вплив лідерів думки – учасників, інформація від яких сприймається, транслюється і використовується значною аудиторією (мова йде у випадках публічних осіб із світовою популярністю про мільйони читачів-фоловерів).

¹²Тролінг - розміщення в Інтернеті (на форумах, в дискусійних групах, в вікі-проектах, ЖЖ тощо) брутальних або провокаційних повідомлень, образ на адресу учасників обговорення. Термін "тролінг" походить зі сленгу учасників віртуальних спільнот і не має прямого відношення до сфери наукового дискурсу. У дослівному перекладі англ. "trolling" означає "рибалити на блешню". Очевидно, слово набуло популярності в силу етимологічного зв'язку із назвою потворних і неприємних героїв скандинавського фольклору. Слово «тролінг» може характеризувати одне конкретне повідомлення, або розміщення таких повідомлень загалом. Поняття «тролінг» також використовується, щоб описати діяльність тролів взагалі. Флейм (від англ. Flame - вогонь, полум'я) - «суперечка заради суперечки», обмін повідомленнями у мережевому спілкуванні (напр. інтернет-форуми, чати та ін), що представляє собою словесну війну, що нерідко втрачає зв'язок із приводом до дискусії та набуває відверто деструктивного характеру.

Деякі дослідники підкреслюють *демократичність і толерантність* спілкування, що потенційно знижує його конфліктність і сприяє виробленню більш гнучких комунікативних стратегій, націлених на безпосередню співпрацю. Можна констатувати посилення в стилістиці інтернет-комунікації ліберально-демократичних рис, що йдуть від неформального розмовно-повсякденного спілкування – не даремно Н. Інніс вважав, що свобода корениться в залишках усних традицій, що збереглися в прив'язаних до простору культурах Заходу [51]. Цінностями віртуального дискурсу є анонімність, демократичність спілкування, що виявляється у легкості встановлення контактів і зав'язування знайомств без врахування вікових, соціальних, расових, статевих і т.п. характеристик комунікантів, необмежена доступність отримання інформації і зав'язування контактів, швидкість отримання інформації і зав'язування знайомств, відсутність просторових кордонів, розмивання відстаней і стирання ролі часового чинника, свобода самовираження, що часом межує з вседозволеністю. Етичні принципи та засновані на них правила поведінки, сформульовані маргінальними течіями хакерів та кіберпанків, проголошують необмежену свободу доступу до інформації та неприпустимість створення інформаційних бар'єрів і фільтрів, уведення цензури та інших регламентувальних обмежень, а також неприпустимість підпорядкування інформаційного простору єдиному центру. В. Ємелін [16] називає таку ідеологію «мережним лібералізмом» та вважає її «соціальною, політичною, економічною та етичною імплікацією онтологічних принципів побудови глобальної мережі». «Мережний лібералізм» знаходить своє відображення як в політичній та економічній сфері життя, так і в сфері міжособистісної комунікації, формуючи нову культуру спілкування.

Таким чином, свобода самовираження в інтернет-дискурсі формує ще ону його рису – *креативність*. Водночас креативність можна розглядати і як наслідок добровільності контактів, вимушений захід, коли автор повідомлення або тексту намагається привернути увагу співрозмовника і, більше того, компенсувати відсутність невербальної інформації. При цьому спостерігається тенденція до нетипової, ненормативної поведінки.

Водночас досить часто прояви креативності в Мережі стають об'єктом вірусного поширення і масового тиражування, що знайшло своє відображення у концепції реплікатора – об'єкта, що самовідтворюється у соціокультурних процесах. Концепція була запропонована Р. Докінзом у 1976 році, учений запропонував поняття «мема», використовуване ним для опису процесів зберігання й розповсюдження окремих елементів культури. Меми, за Р. Докінзом, – це стійкі елементи людської культури, що передаються каналами лінгвістичної інформації – «мелодії, ідеї, модні слівця й вислови, способи варіння юшки або спорудження арок», а також традиції, норми, стереотипи поведінки. Найбільш поширеним є трактування мема у вузькому специфічному значенні як існуючої в Мережі репродукованої одиниці культурної інформації, оскільки вона фіксує новий, новий історично безпрецедентний соціально-культурний феномен. Досить популярним сьогодні є і дещо вужче трактування мема – ототожнення його з інтернет-жартом. «Заряджені сміхом» меми виникають в особливих «локусах» (форумах, блогах, відео-серверах, іміджбордах), звідки вже поширюються по Мережі і офлайн, де існують як «колективне несвідоме в момент здобуття словесної форми» [38].

Процес розповсюдження мемів у сучасному комунікаційному просторі завдяки ЗМІ отримав назву «медіавірус». Цей термін увів Д. Рашкофф у книзі

«Медіавірус. Як поп-культура таємно впливає на вашу свідомість». Меми й мемокомплекси, на його думку, розповсюджуються в інфосфері подібно до вірусів, викликаючи суспільний резонанс і впливаючи на подальший розвиток подій [37, с. 8–12]. Однією з головних сфер розповсюдження медіавірусів є Інтернет. До медіавірусів можна віднести, наприклад, появу мережних неологізмів, стандартних реакцій на певні події тощо.

Меми активно побутують у блогах, чатах, на форумах, в електронній пошті; використовуються в рекламі, в друкованій продукції; проникають в у мовну практику мільйонів людей, отже – стали потужним, хоча і прихованим чинником формування громадської думки, інакше кажучи, соціально-культурним явищем, з яким не можна не рахуватися. За зауваженням дослідника, «меми в момент свого виникнення ранять суспільну свідомість і потім залишають на ньому шрами у вигляді нових слів. Меми - це прообрази нових понять, результат нового розуміння, своєрідна точка росту і розвитку суспільної самосвідомості» [38].

Як елемент, що знаходиться у фазі активного становлення глобальної культури постмодерності, мем - явище комплексне: у ньому об'єднуються елементи постфольклору електронної цивілізації на етапі «вторинної усності», передбаченої класиком теорії масових комунікацій М. Маклюеном; субкультур мережевого андеграунду; нової «видовищної культури» циркулюючих у масовому обігу відредагованих фото, колажів, відеороликів з небаченими можливостями миттєвого поширення і безмежного тиражування, дарованими інформаційною революцією. Будучи технокультурним феноменом, мем, зародившись на одному з ресурсів Мережі, у випадку його успішності в ході ланцюгової реакції «перепостів», по суті, перетворюється

на «мембот», джерело автоматичного тиражування стереотипної реакції і, можливо, фрагмент прихованої інформаційної кампанії.

Пояснення популярності стереотипного відтворення «чужої» інформації, анонімізуючої людину-користувача, перетворюючої її з комунікатора в ретранслятор в електронному просторі вільного самовираження і позірною «безперешкодного креативу», лежить у площині припущення про те, що йдеться про «нові міхи» для «старого вина» масової культури, спонтанну актуалізацію її установок на тиражування форматів, технологічний бекграунд і персоналізацію без індивідуалізації, оскільки культурні практики суспільства web.2.0 (соціальні мережі, блогінг, тролінг і т.д.), по суті, є мутацію глобальної масової культури в її електронному інобутті [26; 38]. І. Дацкевич іменує цей новий тип масової культури, стимульований глобальною електронною цивілізацією, «comment-культурою» (коментуючою культурою), що оперує з інформацією, головним чином, в рамках двох парадигм: «remark» (зауваження, висловлювання) і «remix» (перемішування). Існуючи в гіпертекстовому кіберпросторі з його інтерактивністю і віртуальністю, мем відтворює у інформаційно-комунікативному середовищі такі видові характеристики масової культури, як спрощена подача проблематики, опора на стереотип, орієнтованість на гомогенну аудиторію, доступність, швидкоплинність бистрозабиваємості, оперування середньої мовною нормою [1].

Американський фахівець в галузі рекламної справи Д. К. Левінсон констатує: «Все частіше маркетологи приходять до думки, що мем – переломний момент в культурній та соціальній еволюції людства. Меми змінюють поведінку людей, трансформують їх розум, ставлять під сумнів усталені переконання, змінюють суспільство, не кажучи вже про їх

безпрецедентному вплив на купівельну поведінку ...» [28]. Тут варто вказати, однак, на стихійність як характерну рису інтернет-дискурсу і побутування у ньому мемів: можна погодитись із фахівцями у тому, що успішність використання мемів із комерційною, політичною чи іншою метою, різко падає, якщо користувач дешифрує його цільові завдання, усвідомлює як штучний, нав'язаний характер («forced» за американською термінологією); найбільш успішні меми, як правило, зароджуються спонтанно; штучні меми швидко виявляються, не реплікуються і, власне кажучи, мемами не є.

Слід також додати, що згадана вище анонімність інтернет-спілкування спонукає до гри з особистісною самопрезентацією і надає можливість керувати враженням про себе, «втекти з власного тіла», сприяє психологічній розкутості, ненормативності, в більшій свободі у виборі висловів або вчинків, в програнні ролей і сценаріїв, які не можуть бути реалізовані в реальному житті.

Інтернет надає також унікальну можливість поєднати комунікацію і авто-комунікацію: тексти, що посилаються іншому, одночасно стають доступні як адресату, так і відправнику. Те, що зазвичай рознесено в часі і відповідно вимагає поділу ролей, в Інтернеті реалізується тут і зараз. Авто-комунікація принципово змінює психологічні умови для користувача як особистості. Так, якщо комунікативна система Я-Він забезпечує лише передачу деякого константного обсягу інформації, то в каналі Я-Я відбувається її якісна трансформація, яка призводить до перебудови самого цього Я [54, с.26].

Водночас, поширеність стратегії добудовування комунікативної ситуації або образу партнера з огляду на вищезгадані елементи анонімності та відсутність невербального спілкування, посилює вплив стереотипів і

установок, що потенційно може підвищити рівень маніпулятивності всього комунікативного процесу в цілому [36, с.41-43]. Маніпуляція є видом психологічного впливу, використання якого призводить до прихованого збудження у реципієнта намірів, що не збігаються з його актуальними бажаннями [14, с. 59]. Підвищена маніпулятивність є, швидше, не визначальною характеристикою інтернет-дискурсу, а рисою мас-медійного дискурсу сьогодення загалом. З тим лише уточненням, що Інтернет надає додаткові технологічні, та, в силу описаних вище специфічних рис інтернет-дискурсу, психологічні можливості для маніпуляцій.

Важливими характеристиками інтернет-дискурсу також є *типова та жанрова неоднорідність*. Основне розмежування типів дискурсів базується на протиставленні письмового та усного дискурсу, проте мова Інтернету поєднує в собі ознаки письмової та усної мови, а також має власні властивості, опосередковані комп'ютерним спілкуванням, тому мова Інтернету може розглядатися як новий вид спілкування, новий тип дискурсу. Мова Інтернету, поєднуючи в собі ознаки усної і письмової форм мови, відрізняється від них. Д. Крістал охарактеризував сутність цього виду комунікації оригінальною формулою: «усна форма мови + письмова форма мови + ознаки, опосередковані комп'ютером». [46, с. 10].

Показово, що сьогодні сучасна література запозичує специфіку Інтернет-дискурсу. Так, роман І. Хакамади «Success у великому місті» написаний у жанрі блогу з елементами живого журналу (live journal) з використанням емотиконів, скорочень, мережевих ніків замість імен, з рубрики FAQ (frequently asked questions), де, як і в блогах запитання учасників і відповіді «господаря» блогу розділені графічно. Детективний роман Б. Акуніна «Квест» створений за принципом комп'ютерної гри, де

герої переходять з рівня на рівень, та має місце інтерактивність тексту: читач в кінці кожного рівня дає відповіді на питання.

Водночас важливо підкреслити, що йдеться про спосіб комунікації, що є більше, ніж просто гібридом письма і мови. Електронні тексти виявляють динамічність, синхронність (будучи доступні на багатьох комп'ютерах відразу), для них характерні взаємопроникні межі (через можливість тексту бути об'єднаним усередині інших текстів чи містити посилання на інші тексти). Всі ці особливості накладають відбиток на мову, і разом з ознаками, властивими усній і письмовій формі мови, роблять мову Інтернету не просто сумою усного та письмового каналів, а якісно новим типом комунікації.

Польський дослідник Г. Колодко у своїй праці «Глобалізація і перспективи розвитку постсоціалістичних країн» (2002) зазначає, що глобалізація – це: «поняття, яке для одних асоціюється з долученням до найвищих досягнень цивілізації, культури та прогресу сотень мільйонів людей в усіх куточках планети з принципово новими можливостями створення більш раціонального та справедливого світового ладу, остаточною перемогою над звичними хворобами людства – бідністю, голодом, ксенофобією, воєнними конфліктами... Для інших глобалізація – синонім поглиблення кричущих протиріч світового розвитку, синонім карколомного зростання соціальної несправедливості, нерівності в розподілі ресурсів та багатств...» [5, с. 5]. Українські дослідники, характеризуючи сьогоднішній глобальний розвиток світу, звертають увагу на «великі і глибокі суперечності і конфлікти гегемонії і експансії, територіальні претензії, етнічну ворожнечу і релігійну нетерпимість. Все це разом створює картину глобальної нестабільності» [2, с. 9].

Вищезначені глобальні проблеми людства спонукають замислитись над

такою моделлю розвитку світу, яка передбачала б координацію співробітництва над вирішенням загальноцивілізаційних проблем на базі ефективного використання норм і цінностей, ресурсу національної своєрідності, напрацьованої багатовіковим досвідом народів світу. Ініціатива розвитку глобальних процесів належить західній цивілізації, яку донедавна асоціювали із США, Західною Європою. Генеруючим ланцюгом глобалізації виступають США.

Сама ідея глобальних процесів із пріоритетами західних норм суспільного розвитку поступово набувала сили після закінчення холодної війни. І лише в останні десятиріччя активізація в глобальних процесах азійських країн та збурення в арабському світі на основі радикального ісламу внесла нові особливості в розбудову глобального світу, поставила під сумнів економічну, політичну й культурну гегемонію Заходу.

Американський дослідник С. Гантінгтон у своїй концепції «Зіткнення цивілізацій» (1993 р.) стверджує, що на заваді західній моделі розвитку світу є конфлікт, який проявляється у несприйнятті західних основ суспільного розвитку з боку різновидів азійської та ісламської цивілізацій. При цьому дослідник говорить, що Азія та ісламський світ перебувають на стадії економічного, політичного й культурного відродження, що набуло розвитку як реакція на прагнення Заходу займати лідируючі позиції у світі. Те саме, як стверджує С. Гантінгтон, стосується й азійських різновидів цивілізації: азійський виклик властивий усім східно-азіатським цивілізаціям – синській, японській, буддистській і мусульманській – і робить акцент на їх культурну відмінність від Заходу і час від часу на їх спільність, яка часто ототожнюється з конфуціанством [3, с. 149]. Подібні суперечності між окремими цивілізаційними осередками по суті є, за означенням С.

Гантінгтона, явищем, що отримало у нього назву «зіткнення цивілізацій». Цей період приходить на зміну часам, коли змагання відбувалися, насамперед, за людей, територію, ресурси, ринки збуту [4, с. 343].

Однією з подібних суперечностей, що може сприяти негативному сприйняттю глобалізації, є специфічне її усвідомлення через поняття «вестернізації». Це поняття визначається [6] як процес переходу особи, групи чи суспільства від власної традиційної системи цінностей до системи цінностей західної цивілізації, які базуються на диктатурі закону, домінуванні індивідуального над колективним, приматі приватної власності над общинною та прав людини над її обов'язками.

Така ситуація навколо глобалізації певною мірою утворює камені спотикання на шляху розвитку світу за глобальним сценарієм. Саме фактор недовіри до процесів глобалізації та вбачання загрози в розмиванні національної ідентичності не дають можливості багатьом країнам набирати обертів розвитку до глобального світового устрою. І дійсно, з цього погляду у своїх міркуваннях солідарні чимало вчених. Так, у праці Д. Мартена «Метаморфози світу» (2005) говориться, що «ідея людства, яке має з часом перетворитися на “одне ціле”, ідея прогресу, що розуміється як комплекс необхідних змін, здатних реалізовуватися навколо індустріалізації засобів виробництва, політичної демократизації та настання суспільства споживання, наштовхуються нині на серйозні заперечення» [7, с. 113]. У такий спосіб можемо вести розмову про те, що певні держави можуть ускладнювати собі перспективи подальшого розвитку в майбутній світовій системі. Утім, імовірно, що відповідь на це питання сьогодні залишається в площині дискусійних. Важлива проблема в наш час, на думку автора, криється в такому понятті, як нинішня «криза ідентичності». Це явище і

виступає тим фактором, що може суттєво пригальмовувати єдність світо-вого порядку, а також мати неоднозначні наслідки в майбутньому існуванні державних утворень, що переживають «кризу ідентичності».

У цьому питанні при з'ясуванні співвідношення глобального й регіонального основне питання ув'язується з загрозою втрати національної ідентичності. Оскільки глобалізація є об'єктивним процесом, то цей аспект проблеми стає дедалі актуальнішим.

Тлумачення історичного процесу як розвитку багатьох самобутніх окремо взятих цивілізацій вступає у суперечку з найбільш усталеними уявленнями глобальних перспектив світового розвитку. Така ситуація викликана тим, що глобалізація передбачає як дуже ймовірну модель утворення глобальної цивілізації, яка б базувалася на одних механізмах функціонування інтегрованих економік, політичних відносин і культури. Інтеграція свого в чуже, тобто розмивання національної самобутності, означає втрату національної ідентичності для окремо взятого соціуму. Соціум, як носій духовності, уособлюючи специфічні риси світобачення як результату національної ментальності, становить певний цілісний соціальний організм, і спроби зламати такі духовні орієнтири держав, тим більше без пропозицій сьогодні з боку глобалізації чогось дійсно раціонально нового і сталого, викликають «кризу ідентичності».

У свою чергу, «криза ідентичності» як одна з тенденцій зумовлює відродження патріархальних самобутностей з боку держав. Така ситуація відсторонює подібні країни від об'єктивного процесу глобалізації, що так чи інакше постануть перед вибором – або прийняти правила глобального розвитку світу, або залишитися за межами глобалізації. Однак така криза не є безальтернативною за умови ефективної соціальної трансформації в регіонах,

що підпадають під прес нав'язаної глобалізації, при ефективному використанні переваг глобалізації та власного національного досвіду [19, с. 5–36].

Сучасна «криза ідентичності» може також крити в собі намір держав відсторонитися від культурної асиміляції як наслідку глобальних світових процесів. Останнє продиктоване ситуацією невизначеності навколо глобалізації, коли національні культурні самобутності можуть зазнавати руйнації, а нові ідентичності ще чітко невизначені. Як зазначає з цього приводу С. Гантінгтон, коли приходить криза ідентичності, для людей у першу чергу має значення кров і віра, релігія і сім'я. Люди гуртуються з тими, у кого ті ж коріння, церква, мова, цінності й інститути, і тримаються на відстані від тих, у кого вони інші [3, с. 186]. І дійсно, такі умови сьогодні є причинами відродження патріархальних культурних самобутностей і навіть фундаменталізмів. За таких обставин, застережимо, що держави, які подекуди виявляють схильність до відродження етнокультурної національної ідентичності, можуть ризикувати опинитися обабіч об'єктивних процесів розвитку глобалізації. Проте не виключається і сценарій, коли відродження патріархальної ідентичності може не відсторонювати держави від участі в процесах глобалізації, і при цьому залишаються збереженими національні культурні здобутки.

Якщо говорити з цього погляду про Україну, то можемо сказати, що здобуття незалежності на початку 90-х років якраз припадає на часи посилення глобалізаційних тенденцій у світі. З розпадом Радянського Союзу зникає привид холодної війни і розпочинаються різноманітні інтеграційні процеси в особливості на європейському континенті. У цей час і посилюються тенденції до розмивання всіляких національних кордонів, як в

економічній, політичній, так і в культурній сферах. Подібні тенденції не оминають і Україну.

Необхідно усвідомлювати, що, виражаючи об'єктивну закономірність розвитку сучасної цивілізації, на сьогодні, унаслідок недостатнього розвитку своїх проникально-інтеграційних можливостей, глобалізація поки що має вибіркового характеру. Стосовно цього аспекту глобалізації дослідник В. Лях говорить, що цей процес буде своєрідним, оскільки «глобалізація буде це робити вибірково, поєднуючи значущі для неї сегменти та нехтуючи тими місцями й людьми, які вже вичерпали свої можливості або є нецікавими для неї на даний момент» [8]. Враховуючи такі обставини, маємо усвідомлювати, що окреслюються тенденції, які можуть розподілити світ на дві частини, а саме на ті країни, як говорить В. Лях, що «вже долучилися до інформаційно-мережевого світу, і ті, що залишилися за його межами, і є приреченими на довічне перебування на периферії» [8]. Варто вказати й на те, що не дарма вище було сказано і про таку сутнісну особливість глобалізації, як її інформаційно-мережевий характер. Це означає, що, виходячи з таких тенденцій, світ у майбутньому, і це в першу чергу стосується економіки, буде базуватися на ефективності інформаційно-комунікативних дій, які, у свою чергу, будуть залежати від рівня знань того, хто в цій системі здійснює ці дії.

Враховуючи вищезначене, маємо говорити, що для України є вельми актуальним, як для молоді держави, зосереджувати увагу на суперечностях глобалізаційного процесу. Це дає можливість глибше усвідомити їх та визначити небезпеки, які чатують на держави в ході об'єктивних тенденцій глобалізації.

У разі, коли держава опиняється обабіч глобальних процесів, як правило, постає небезпека до прояву таких явищ, як використання різночинних її

ресурсів, а також експлуатації населення з метою збільшення прибутків та використання дешевої робочої сили. З цього приводу можемо говорити про «кризу ідентичності», яка полягає в намаганні повертатися до своїх національних самобутностей, як реакції на глобалізацію, котра несе в собі виклики, які асоціюються з можливостями універсалізації світу. Останнє породжує тривогу, оскільки, розмиваючи етнокультурну національну ідентичність, держави разом з тим втрачають свої, сформовані віками, оригінальні культурні здобутки. До того ж нові ідентичності теж не є сьогодні достатньо сформованими. Саме цей аспект розвиває «кризу ідентичності», яка, у свою чергу, здатна дещо пригальмовувати процеси глобалізації в таких країнах. Можемо зазначити, що коли культурологічна складова національних держав здатна сьогодні викликати «кризу ідентичності» – то таке явище ми не фіксуємо з боку економічної і політичної сфер суспільної життєдіяльності. Однак питання економічної і політичної глобальної інтеграції на рівноправних засадах з можливістю збереження етнокультурної національної самобутності може ускладнюватися з причини боротьби за гегемонію одного цивілізаційного полюсу з іншим, як це, наприклад, простежується між західною і східною цивілізаціями.

2.2. Соціокультурна регіоналізація та регіональна ідентичність у сучасних інформаційних базах

Важливим аспектом видається дослідження специфіки формування інформаційного поля регіонів – як з огляду на загальні тенденції інфології, так і зважаючи на вплив інформаційного чинника у світоглядних, відповідно політичних преференціях жителів регіонів. Сучасні засоби зв'язку й масової інформації фактично формують інформаційний простір кожного регіону та виконують одночасно дві взаємопов'язані функції: з одного боку, є прямим відображенням розвитку регіональної самосвідомості на конкретній території, а з іншого – виступають як один з важливих факторів його формування і впливу на розвиток регіональної самоідентичності. Фактично Інтернет, як показують сучасні дослідження, є не тільки «провідником» сучасних процесів глобалізації у світі, але стає відображенням власне локальних взаємозв'язків на конкретній території, що зумовлено зростанням інтернет-послуг, які мають чітку територіальну прив'язку: регіональні дошки оголошень, новини, дозвілля, туризм, освіта, знайомства, екологія, спортивне вболівання тощо. Неформальне спілкування в межах регіону, населеного пункту чи навіть його окремих районів інтенсифікується через регіональні форуми – далеко неповний список таких комунікаційних майданчиків українців представлений, наприклад, на вікі-проекті «Енциклопедія драматики» (http://dramatica.org.ua/Список_регіональних_форумів_України).

У результаті сукупність регіональних інтернет-проектів і сервісів для регіональних користувачів створює віртуальний інформаційний простір регіону, що є водночас відображенням його когнітивного образу.

Особливо перспективними видаються ідентифікаційні процеси, зокрема й

пов'язані з регіональною ідентичністю, що протікають у інтерактивному інформаційному просторі, об'єднуваному назвою «соціальні медіа». Сьогодні можна констатувати (як світовий тренд і характерну рису вітчизняного інформаційного інтерактивного простору) формування регіональних блогосфер. Цілком логічним є розвиток блогів, що висвітлюють місцеву специфіку – від актуальних, головним чином для земляків, до авторитетних загальнонаціональних майданчиків, що висвітлюють регіональні події з точки зору знання ситуації на макрорівні, маючи власні джерела інформування.

Сьогодні можна вже говорити про те, що українська блогосфера має яскраві й упізнавані регіональні обличчя. Так, наприклад, один з «топових» українських блогерів у LiveJournal Олександр Коваленко, який пише під ніком «Злий одесит» (zloy_odessit, користується, крім LJ, й іншими майданчиками – Facebook і Twitter, відеоканал на YouTube), за власним зізнанням, свою чітку проукраїнську позицію прагне донести в інформаційний простір російського сегмента мережі. Одеська проблематика, супроводжувана досить часто підкресленим регіональним колоритом – у мові, назвах, іронічній манері викладу, активно представлена в інтернет-просторі в дописах відомих блогерів, таких як Ірина Медушевська (Irina Medushevskaya), художник Олександр Ройтбурд, активіст громадської організації «Мій дім Одеса» і журналіст Яков Гоппа (відомий як Яша з «Джентльменшоу»).

Опубліковане одеською блогеркою Цілею Зінгельшухер (справжнє ім'я популярної авторки залишається невідомим) «Звернення одеситки до Путіна» [11], написане (і як текст, і як відеоблог) з використанням упізнаваних виразів і інтонацій із закликом «оставить таки Одессу в покое» та «не делать

Одессе нервы», стало одним з найпопулярніших українських роликів на YouTube, зібравши за кілька днів 1 млн переглядів і 5 тис. коментарів.

Не менш упізнаваним «фірмовим» регіональним стилем відзначаються львівські блогери, які в соціальних мережах досить активно послуговуються колоритною «львівською гварою» чи «львівським балаком», що розглядаються мовознавцями як галицьке койне – специфічне мовленнєве утворення, що виникло під сильними впливами польської, німецької мов, ідиш тощо [12]. Особливостями закарпатської говірки для надання оригінальності та яскравості своїм дописам послуговуються учасники місцевого гумористичного проекту «Клуні Джорджаклуні».

Загалом роль соціальних медіа в популяризації регіональних говірок аж до їх міфологізації, посилюваної комерціалізацією таких соціокультурних феноменів, заслуговує на окремі дослідження. Відзначимо лише, що популярність слів і виразів з яскравою регіональною специфікою в соціальних медіа зумовлена не лише необхідністю збереження місцевих діалектів, а й потребами інтернет-комунікації, що характеризується, серед іншого, неформальністю. Іронічність і неофіційність інтернет-дискурсу за умови слабкості стихійних форм існування мови, зокрема таких, як сленг чи жаргони, виявляє лакуни соціальної диференціації мови і примушує до пошуків способів їх заповнення – як з іноземних мов, так і історичними, регіональними виразами. Загалом можна висловити попереднє припущення, що такі процеси здатні сприяти зміцненню комунікативної потужності української мови, а взаємне проникнення діалектизмів, використання й популяризацію їх через комунікацію в соціальних мережах варто виділити як перспективну проблему сучасних соціокультурних досліджень.

Ще одним важливим аспектом міжрегіональної комунікації в українському сегменті інтерактивного інформаційного простору є поява блогерів, які стали «голосом» окупованих територій – проблема, що набула в сучасному українському соціумі особливої актуальності. З одного боку, це відомі ще до війни громадські активісти, що виїхали з охопленого конфліктом Донбасу (цілком логічно зросла аудиторія Дениса Казанського, відомого своїми репортажами про Донбас у «Живому журналі» під ніком frankensstein ще з 2009 р.; відомого луганського блогера й публіциста Сергія Іванова). «Від- криттями» для багатьох користувачів українського інтерактивного простору останніх років стали кримська блогерка Єлизавета Богуцька, яка активно вела декілька сторінок у соціальних медіа з окупованого Криму, але у вересні 2014 р. після обшуку в її будинку й шестигодинного допиту залишила анексований Крим; луганська правозахисниця Олена Степова, що прославилася своєю серією розповідей очевидця «Опір війні» – моральний, психологічний і врешті-решт інформаційний. Після того як вона була змушена виїхати з окупованого Свердловська на територію «Великої України», продовжує писати про життя земляків, їздить із презентаціями своєї книги «Все буде Україна, або Історії із зони АТО» (фактично збірника текстів, які раніше Олена Степова оприлюднила в соціальній мережі Facebook), займається волонтерською роботою, перекладом своїх інтернет-текстів для видання їх у Італії, Франції, Німеччині, Росії.

Можна також констатувати становлення яскравих дніпропетровської та харківської «шкіл» блогінгу й регіональних лідерів думок, представниками яких є, наприклад, дніпропетровці Євген Гендін, популярний сатирик і блогер, бізнесмен, журналіст та політик Борис Філатов; харківська

волонтерка, яка допомагає переселенцям і активно пише під ніком Олена Романівна Покемонова та інші популярні автори.

Саме авторитетні регіональні блогери стають агрегаторами громадянської активності й джерелом інформації про життя земляків, у тому числі для ЗМІ. Так, ще в 2013 р. консорціумом Асоціації «Спільний простір» і Комітету «Рівність можливостей» було запущено проект «Громадський моніторинговий блог» з метою висвітлення регіональних виборчих процесів, на які, як пояснювали ініціатори проекту, столичні журналісти не завжди можуть звернути увагу. Регіональні ж ЗМІ, що часто контролюються місцевими політичними й бізнесовими середовищами, не завжди мають змогу поширити про ці регіональні виборчі процеси інформацію. Наразі проект досить активно висвітлював виборчу кампанію-2015.

Розвитку інформаційного поля регіону в соціальних мережах сприяє також розвиток такого явища, як інтернет-туризм. Ідеться, з одного боку, про використання можливостей мережі для планування, бронювання, оплати – фактично повного інформаційного забезпечення подорожей і розвитку відповідної інформаційної інфраструктури українських міст чи інших туристичних об'єктів (яскравим та успішним прикладом можна вважати Lviv.Travel – офіційний туристичний сайт Львова). З іншого боку, інтернет-комунікація сприяла відновленню жанру подорожніх нотаток у новітньому форматі і в потужних масштабах – публікації світлин з подорожей у соціальних мережах на зразок Instagram, ведення фотоблогів, відгуків на туристичних форумах, спеціальних блогів про мандрівки й туризм стали потужним напрямом сучасної користувачької творчості.

Активно розвиваються локальні спільноти в соціальних мережах найрізноманітнішого спрямування: краєзнавчі, історичні, туристичні,

розважальні, громадські, екологічні; створені для обміну корисною для мешканців міста чи району інформацією або представлення регіону в національному інформаційному просторі. Так, великі українські міста представлені рядом популярних спільнот, що можуть об'єднувати десятки тисяч користувачів. Лише у Facebook активно діють спільноти «Так люблю той Львів, що бракує ми слів», «Ретро-Львів», «Файне місто Тернопіль», «Чернівці life», «Наш Киев», «Секреты Киева», «Це Київ, ляльо, незвичний Київ», «Перспективи Києва», «Подземелья и крыши Киева», «Неинтересный Киев», «Исторический Киев», «Это Днепр, детка», «Одесса как она есть», «Культурометр Одесса», «Свободный Мариуполь», «Украинский Юго-Восток», «Харьков и харьковчане», «Харьков City», «Запоріжжя онлайн». Проект «Локальна історія» присвячено дослідженню історії невеликих міст і сіл Галичини; «Замки і фортеці України» популяризує пам'ятки оборонної архітектури України; більші чи менші спільноти створюють інтернет-активісти областей: «Мальовнича Черкащина», «Полтавщина гайдамацька» тощо. Публікація фото, ретрообразів, туристичних зарисовок, волонтерських проєктів, краєзнавчих досліджень, політичних чи історичних дискусій, обговорень культурних подій формує образ міста й регіону.

Користувацький контент регіональної тематики може істотно різнитися за якістю – від любительських світлин, цікавих невеликому колу друзів (при цьому розміри аудиторії за емоційним впливом цілком можуть бути компенсовані її включеністю, а кількість таких малих груп охоплювати значну частину інтернет-користувачів) до авторських матеріалів високої художньої вартості. Останнім часом зростає роль колаборативних проєктів, як наприклад ініційованої Бібліотекою Конгресу США у своєму акаунті в мережі Flickr практики соціального тегування: користувачі можуть додавати

теги й коментарі до фото в колекціях 1930s-40s in colour і News in the 1910s; допомагають ідентифікувати людей і фотографів у колекції Liljenquist Family Collection of Civil War Photographs.

У результаті вся сукупність регіональних інтернет-проектів створює віртуальний інформаційний простір кожного регіону, що відображає його когнітивний образ як результат розвитку регіональної ідентичності з характерними регіональними міфами, лінгвокультурними особливостями, власним простором пам'яті, урешті-решт, власними способами самоідентифікації. Стереотипізований образ регіону чи населеного пункту, сформований у масовій свідомості як на основі конкретних особистих вражень, так і опосередкованим чином, з матеріалів мас-медіа, літературних та кінематографічних джерел, на основі розповідей очевидців, чуток і домислів, може розглядатися як його імідж, що об'єднує уявлення про соціокультурні, історичні, соціально-економічні, політичні та інші особливості певної території. Урешті, виходячи з ринкової логіки, за якою прибуток можуть приносити не тільки товари та послуги, а й нематеріальні активи, у тому числі й того чи іншого географічного простору, зауважимо, що популярність і унікальність міст та регіонів цілком може бути конвертована в доходи різного роду. У цьому випадку можна говорити про бренд міста або регіону як його конкурентну ідентичність, суму всіх матеріальних і символічних елементів, які роблять місто (регіон) унікальним, власне, його комерціалізований образ. Більше того, у випадку з брендингом ідеться не просто про багатовимірний конструкт, функціональні, емоційні та матеріальні елементи якого в сукупності створюють унікальний набір асоціацій з місцем у суспільній свідомості, а й про цілеспрямоване формування цих асоціацій [13, с. 36–37].

Прикладом успішного брендингу в Україні може вважатися створений на основі стихійних чи цілеспрямовано формованих образів, що склалися в стійкий імідж, і врешті-решт комерціалізований як успішний туристичний об'єкт бренд Львова. Більше того, на його прикладі, на нашу думку, можна простежити конвертацію сформованого бренду не лише в бізнесові та інвестиційні дивіденди, а й у політичні. Саме такими дивідендами істотною мірою може вважатися успіх партії «Самопоміч» у парламентській кампанії-2014 (особливо примітним видається той факт, що результат виборчих перегонів партії в Києві був кращим, ніж результат у Львові). Можна погодитися з експертами, які висловлювали думку про те, що на результати електоральної симпатії вплинув саме трансльований медіа-бренд Львова як успішний проект, до якого доклався А. Садовий. Попит на образ Львова як розвинутого проєвропейського міста, культурного центру міг забезпечити «Самопоміч» високий рейтинг у багатьох українських містах – не лише в Києві, а й у Сумах, Одесі, Харкові, Херсоні. Утім, питання професійного брендингу територій для більшості українських міст і регіонів поки що залишається справою майбутнього, тоді як значним чином стихійне творення їхнього іміджу досить активно відбувається в інтернет-просторі.

Загалом, важливою рисою описаних регіональних сегментів інформаційного простору є те, що вони не лише відображають особливості регіональної самоідентифікації, а й фактично транслують образ регіону, витворений регіональною громадою, за межі цього регіону, що сприяє формуванню впізнаваних регіональних образів у свідомості українців і подальшому розвитку регіональної ідентичності на основі протиставлення її образам інших регіонів та всієї країни в цілому. Таким чином, регіональна ідентичність – це об'єктивний стан, що ґрунтується на рефлексивному

почутті особистої самототожності, безперервності в часі як результату когнітивного, ціннісного, емоційного процесів усвідомлення приналежності індивіда до регіональної спільноти. Залежно від дослідницького інтересу регіональна ідентичність може бути розглянута в широкому діапазоні – від символічного освоєння простору до регіональної культури, від ціннісної основи закріплення соціальної спільноти до використання регіональної унікальності у прагматичних політичних цілях еліт.

Очевидно, що регіональна ідентичність здатна виступати як потужний ресурс розвитку: підвищення ефективності керування, становлення громадянського суспільства, зростання інвестиційної привабливості, розвитку внутрішнього й в'їзного туризму.

Утім, хоча регіоналізм і має потужний конструктивний потенціал, українські реалії засвідчують не просто відсутність його ефективної реалізації, а й за умови активного використання як маніпулятивного об'єкта як внутрішніми, так і зовнішніми гравцями деструктивні перспективи. Такі процеси цілком закономірні: регіональна ідентичність не виходить на перший план у ієрархії самоусвідомлення у стабільному суспільстві зі стійкою національною ідентичністю, проте в умовах ослаблення або національної кризи вона здатна, особливо за умови політичного педалювання існуючих відмінностей у самоідентифікації, історичній пам'яті, скласти певну конкуренцію процесу зміцнення загальнонаціональної ідентичності.

Загалом, важливою рисою описаних регіональних сегментів інформаційного простору є те, що вони у інформаційному плані не лише відображають особливості регіональної самоідентифікації, але і фактично транслиують образ регіону, витворений регіональною громадою за межі даного регіону, що, по-перше, сприяє формуванню впізнаваних регіональних

образів у свідомості українців, та, при цьому, подальшому розвитку регіональної ідентичності на основі протиставлення її образам інших регіонів і всієї країни в цілому. Таким чином, регіональна ідентичність - це об'єктивний стан, що ґрунтується на рефлексивному почутті особистої самототожності, безперервності в часі як результату когнітивного, ціннісного, емоційного процесів усвідомлення приналежності індивіда до регіональної спільноти. Залежно від дослідницького інтересу, регіональна ідентичність може бути розглянута в дуже широкому діапазоні: від символічного освоєння простору до регіональної культури, від ціннісної основи закріплення соціальної спільноти до використання регіональної унікальності в прагматичних політичних цілях еліт.

Очевидно, що регіональна ідентичність здатна виступати як потужний ресурс розвитку: підвищення ефективності управління, становлення громадянського суспільства, зростання інвестиційної привабливості, розвитку внутрішнього і в'їзного туризму.

Втім, хоч регіоналізм і має потужний конструктивний потенціал, українські реалії засвідчують не просто відсутність його ефективної реалізації, а і, за умови активного використання в якості маніпулятивного об'єкта як внутрішніми, так і зовнішніми гравцями, деструктивні перспективи. Такі процеси цілком закономірні: регіональна ідентичність не виходить на перший план в ієрархії самоусвідомлення у стабільному суспільстві із стійкою національною ідентичністю, проте в умовах ослаблення або кризи національної вона здатна, особливо за умови політичного педалювання існуючих відмінностей в самоідентифікації, історичній пам'яті, скласти конкуренцію національній і, отримавши політичний відтінок, поставити під загрозу єдність країни.

Описані тенденції досить чітко прослідковуються за історичним і світоглядним дискурсом соціальних медіа – як реалізація у мережах ідентичнісних практик, так і дискусії навколо них, за нашими спостереженнями, цілком корелюються із світоглядними преференціями, фіксованими соціологічними дослідженнями. Так, результати загальнонаціонального соціологічного опитування¹⁴, проведеного в рамках проекту «Започаткування національного діалогу в Україні» в 11 історико-етнографічних регіонах¹⁵, що мало на меті вивчити регіональні іміджі у масовій свідомості громадян різних регіонів та перспектив їх розвитку у складі України, показують, що насправді українське суспільство не стільки розколоте, скільки характеризується амбівалентною свідомістю. Тобто, в Україні не йдеться про існування двох ідентифікацій - української та російської: українську державу вважають близькою 95% опитаних (при цьому для 73% громадян українська держава є дуже близькою), а українська мова та культура так само близька для 95% населення (для 71% вона є дуже близькою), тоді як з російською державою відчують близькість 57% (і тільки для 23% вона є дуже близькою), а з російською мовою і культурою 67% (для 29% вона є дуже близькою). Таким чином, у більшості регіонів України ми маємо справу з подвійною культурною (українська і російська) ідентифікацією, в частині — з подвійною державною ідентифікацією. Цікаво, що професор Колумбійського університету Юрій Шевчук, характеризує

¹⁴ Проведене Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» спільно з соціологічною службою «Ukrainian Sociology Service» на замовлення Міжнародного центру перспективних досліджень (МЦПД) у рамках проекту «Ініціювання Національного діалогу в Україні» (грудень 2014 року – січень 2015 року).

¹⁵ Розробники проекту виокремили 11 історико-етнографічних регіонів для проведення опитування: Волинь (Волинська та Рівненська області); Галичина (Львівська, Івано-Франківська та Тернопільська області); Південний захід (Закарпатська та Чернівецька області); Поділля (Хмельницька та Вінницька області); Полісся (Житомирська, Київська, Чернігівська та Сумська області); Центр (Кіровоградська, Черкаська та Полтавська області); Слобожанщина (Харківська область); Нижнє Придніпров'я (Дніпропетровська та Запорізька області); Причорномор'я (Одеська, Миколаївська та Херсонська області); Донбас (Донецька область); Київ (місто Київ).

мовну ситуацію в Україні, оперує терміном «мовна шизофренія» посилаючись на розробки американських антропологів, що досліджували аналогічні українським лінгвофеномени постколоніальних суспільств. До речі, виразом «світоглядна шизофренія» послуговуються і в українській публіцистиці. Попри публіцистично-різку природу цього виразу, він, на нашу думку, справедливо вказує на небезпечну і певним чином віктимну природу такого ідентифікаційного дуалізму, тим більше – в умовах російської агресії проти України (йдеться, нагадаємо, про показники, отримані на початку 2015 р., коли відмова усвідомлювати характер цієї агресії може бути пояснена або прямо антиукраїнською ідентичністю частини громадян, або пануванням у свідомості стійких пострадянських міфологем).

Збереження цих радянських міфологем засвідчують і результати соціологічного опитування, що фіксують суперечливість і свого роду «гібридність» історичної пам'яті. Використовуючи термін «гібридність» у даній ситуації маємо на увазі як парадоксальне поєднання у суспільній свідомості взаємовиключних світоглядних конструктів, так і штучність, нав'язаність значної частини міфологем, що залишається спадщиною тоталітарного минулого. Отже, поряд із подіями, що є консенсусними - позитивні оцінки суттєво переважають над негативними в усіх регіонах України (Перемога у Другій світовій війні, Хрещення Русі, проголошення незалежності України та національно-визвольна війна під проводом Богдана Хмельницького), достатньо таких, що викликають різні, а у деяких випадках – прямо протилежні оцінки залежно від регіону. Так, у ставленні до розпаду СРСР у 1991 році позитивне ставлення переважає у більшості регіонів (найбільше на Галичині - 88%), проте у трьох регіонах – Донбас, Слобожанщина, Подніпров'я – негативні оцінки переважають позитивні. При

цьому відносна більшість громадян України позитивно оцінює утворення УРСР в 1917 році в Харкові (47% проти 20%), в усіх регіонах України, окрім Галичини та Волині, де переважають негативні оцінки. Цілком очікувано позитивні оцінки щодо ОУН та УПА переважають у «помаранчевих» регіонах України (Волинь, Галичина, Закарпаття, Буковина, м. Київ, Центр, Поділля, Полісся), а негативні в південно-східних регіонах (Донбас, Нижнє Подніпров'я, Причорномор'я, Слобожанщина).

Досить строкатими та неоднозначними, як показало опитування, є і оцінки найбільш позитивних та негативних політичних діячів України. Регіональні відмінності в оцінці політичних діячів порівняно незначні – найбільш позитивно серед включених в опитування 18 історичних діячів різних періодів історії громадяни України оцінюють князя Ярослава Мудрого, Богдана Хмельницького, князя Володимира Великого та Михайла Грушевського. Проте на Слобожанщині з числа лідерів випадає М.Грушевський, але додається цар Петро I, а на Донбасі цар Петро I взагалі є лідером серед усіх вміщених до опитування історичних діячів (30%). На Слобожанщині Степан Бандера розглядається як більш негативний діяч, ніж В.Ленін, як і на Нижньому Подніпров'ї та Причорномор'ї. на Донбасі лідером негативних оцінок є Степан Бандера (45%), а Сталін та Ленін не вважаються негативними персонажами [78].

Власне, на нашу думку, показовим тут є не стільки факт негативних оцінок українських визвольних змагань середини ХХ ст.. та їх лідерів – вони цілком очікувані і вписуються як загальну неоднозначність цих подій, так і в парадигму активно нав'язуваного міфу про «бандерівців». Набагато загрозливішим симптомом видається включення до регіонального пантеону історичних постатей діячів, не просто неоднозначних, а прямо

відповідальних за масові вбивства, депортації і терор проти власного населення (і українців у тому числі). Відповідно, такі світоглядні пріоритети свідчать про набагато серйозніші проблеми – толерування тоталітарного режиму і виправдання (відмова визнавати) масові жертви правдивими чи міфологізованими «досягненнями радянської влади» слабо комутуються як із сучасними демократичними та гуманітарними цінностями і засвідчують відданість частини населення України радянським (імперським за своєю природою, тому антиукраїнським) світоглядним конструктам. Йдеться, фактично, про частину громадян, які не сприймають «проект Україна», його ціннісно-сміслові основи, що невід’ємні від Європи.

Проблемним симптомом, на нашу думку, можна вважати і позитивне ставлення до Визвольної війни середини 17 ст., віднесене авторами соціологічного опитування до консенсусних результатів. Така їх оцінка видається досить сумнівною – існує висока вірогідність, що позитивно ця війна оцінюється із прямо протилежними мотивами: як акт визвольної боротьби, передумова творення української держави – Гетьманщини або як передумова «возз’єднання» з Росією, тобто бездержавне включення в імперію. Ця ситуація може розглядатися не стільки як спільна пам’ять, швидше, навпаки – як приклад амбівалентності національної пам’яті.

Така амбівалентність є цілком пояснюваною як з точки зору особливостей історичного розвитку, так і збігом посттоталітарних і постколоніальних умов розвитку. З одного боку, для пострадянського суспільства є характерним, вплив так званого «синдрому завченої безпорадності» - логіка перенесення психологічної теорії американського біхевіориста М. Селігмана на велика соціальні групи видається тут цілком виправданою. Завчена безпорадність – зневіра у своїх можливостях, сталі стереотипи щодо безперспективності

власних ініціатив може вважатись однією із найважчих суспільних травм радянської, та, власне, і пострадянської дійсності. Вплив описаного синдрому, схоже, став складовою і регіональної ідентичності: в Україні маємо справу з колективною ідентичністю людей, які так і не вийшли з радянського минулого. Водночас для дискусій щодо націєтворення, і в соціальних мережах, серед іншого, характерна домінуюча тривалий час в українському суспільстві ідея збереження національної ідентичності, а не розвитку і модернізації. Ця ретроспективність також пов'язана із постколоніальною та посттоталітарною спадщиною [67].

Важливо також враховувати значення інформаційного чинника у існуванні подібних ідентифікаційних практик. По-перше, йдеться не лише про тривалу відсутність зваженої та далекоглядної гуманітарної політики щодо регіонів. Доводиться погоджуватись із А. Астаф'євим у тому, що «фактично, ми говоримо про великі території у складі України, які, на жаль, ніколи не належали до українського гуманітарного поля». По-друге, ми маємо справу з результатами цілеспрямованої пропаганди, яка роками велась Росією через власні ЗМІ та потужну інформаційну індустрію (кіно, книги, ігри) за повного невтручання української влади. Власне, в українському випадку маємо справу не просто з ворожою пропагандою, а з тим, що фахівці слушно характеризують як "війну смислів/сенси́в" (початок якої можна умовно віднести до 2006-2007 рр.). Унаочненням такої війни може вважатися символізація пам'яті про Другу світову війну та її чітке протиставлення і навіть антагоністичність у радянському та європейському варіантах. Погодимось тут із вітчизняною дослідницею Т. Гранчак у тому, що вживання терміну «Велика Вітчизняна війна» по суті окреслює розкол України по кордонах, що існували до 1939 року, адже західноукраїнські землі та

Закарпаття військові події зачепили ще в 1939 році¹⁶. Отже, для України в сучасних кордонах більш органічним є розгляд себе в дискурсі Другої світової, а не Великої Вітчизняної війни, адже він відображає події, пов'язані з усіма територіями нашої держави. І навпаки – дискурс «Великої вітчизняної війни» стосовно України живить перевагу одних українських територій – умовно кажучи, Радянської України – над іншими, західноукраїнськими, які були окуповані, або «приєднані», з усіма наслідками, які випливають з цього статусу – необхідністю підпорядковувати власні цінності, уявлення, традиції цінностям, уявленням і традиціям, нав'язаних ззовні, що сьогодні, наприклад, проявляється в тезі «почути Донбас». Зайвим буде запитувати, чи хто-небудь коли-небудь закликав «почути Галичину». З іншого боку, виходячи з прагнення Кремля максимально послабити Україну шляхом проведення федералізації (читай – розколу) зрозумілим стає наполягання московської влади на використанні Україною саме дискурсу «Великої вітчизняної» як такого, що об'єднує не стільки українські території і народ, скільки українські й російські.

Важливість історичної пам'яті та її регіональних особливостей підтверджується декількома повідомленнями американських кореспондентів із окупованих районів Донбасу про «переписування терористами історії України ХХ століття». Видання *New York Times*¹⁷, посилаючись на розповідь місцевих жителів повідомляє, що «бойовики змушують вчителів розповідати дітям, що ніякого геноциду українців не було»: ватажки проросійських

¹⁶ У 1939 р. відбувся військовий конфлікт між хортистською Угорщиною та Карпатською Україною, який супроводжувався чергою кровопролитних зіткнень між угорськими військами та Карпатської Січі – воєнізованими формуваннями Карпатської України; відповідно пакту Ріббентропа-Молотова відбулась окупація Західної України радянськими військами.

¹⁷ ANDREW E. KRAMER APRIL Ukraine Separatists Rewrite History of 1930s Famine. // *New York Times* APRIL 29, 2015 <http://www.nytimes.com/2015/04/30/world/europe/ukraine-separatists-rewrite-history-of-1930s-famine.html? r=3>

терористів наказали вчителям викинути на смітник українські підручники і розповідати, що голод був невідворотним і від нього постраждали всі мешканці СРСР, а не лише українці. Далі видання підкреслює, що самопроголошений "міністр освіти ДНР", пояснив, що тепер в Донецьку будуть вчити так званий курс "Історії батьківщини", який починається з часів індустріалізації та її досягнень. Терористи Донбасу будуть вчити школярів переписаної історії України – підтверджує в репортажі з Донбасу The Times¹⁸ Підручники з переписаною історією прибули на захоплені терористами території з так званим "гуманітарним конвоєм" з Росії. The Times, зауважуючи, що бойовики намагаються поглибити розкол з Україною, змінивши навчальну програму. Дітей в захоплених містах замість української мови і літератури вчитимуть російської. Крім того, в новому курсі історії за редакцією терористів йтиметься лише про історію Донбасу починаючи з часів індустріалізації, в ньому немає згадок про терор СРСР в часи правління Йосипа Сталіна, не розповідається про штучно організований Кремлем Голодомор 1932-1932 років, так само як про надзвичайну жорстокість на східному фронті в Другій світовій війні.

Фактично, українцям не лише нав'язуються радянсько-імперські міфологеми, паралельно реалізуються спроби протидії ідентичнісним практикам і далеко не тільки на окупованих територіях, де інформаційне поле контролюється з РФ. Показовим прикладом «війни пам'ятей» може вважатися обговорення у соціальних мережах згаданого на початку цього розділу проекту «Моя Україна: Спогади та самобутність». Політична заангажованість подібних проектів виявляється у достатньо високому інтересі російських і проросійських коментаторів, серед головних посилів

¹⁸ Rebels rewrite Donetsk's history books Jack Losh Donetsk

Published at 12:01AM, July 6 2015 <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/world/europe/article4488620.ece>

яких – заперечення факту існування українців у минулому і сучасному, відстоювання ідеї «спільності слов'янських народів», «братства» чи «єдності (єдиності)» українців, росіян. Так, у подібного роду коментарях фотопроект оцінюється як *«Очередная жалкая попытка разделить единый русский народ на якобы "украинцев" и "русских"»*. *«[...] великие укры- плод фантазии историка 90- х годов [...] славяне - один народ. И это главное. А многие украинцы сейчас - непомнящие родства . И от этого слабы, ранимы...»*. *«Мы славяне: и русские, и поляки, и сербы, и болгары, и белорусы , и украинцы...и не было украинцев отдельно от русичей. Как бы вам этого не хотелось , но в наших телах кровь одного народа. И история у нас общая. И отвечать мы будем вместе. И жить рядом. А с соседями надо дружить»*. Характерною рисою цього дискурсу є заперечення (применшення, нівелювання) трагедій українців протягом ХХ ст., ідея відмови від пам'яті про болюче минуле для збереження міжнаціонального миру: *«Голодомор был в Поволжье сильнее, ...но русские это не вспоминают, а евро натовские украинцы вспомнили и используют это для разжигания межнациональной розни»*. *«Откуда столько злости в украинцах? Их послушать так только их истребляли и голодом морили. И все русские!!! И у власти на Украине русские были? У меня тоже со стороны русских корней репрессированные. С маминной татарской все тоже самое. Но в нашей семье никакой злобы. Откуда в вас столько злости, ненависти. Может пора жить настоящим!!»*

Подібні коментарі викликають негативну і навіть агресивну реакцію – кожен має десятки відповідей різного рівня експресивності *«[...]Украинцы как раз начали вспоминать свое прошлое, свои корни и свои обычаи, которые братним народом , считающим себя старше и умнее, изводились все 300 лет. А события последних лет нашей Независимости показал, что с таким*

братом и врагов не нужно». Для аргументів українців характерна чітка прив'язка до сьогодення, виявлення зв'язку злочинів «красной чумы» із їх сучасними спадкоємцями: «[...] будем фото Катыни выставлять, фото уничтоженных голодомором украинских сел, фото узников гулага и депортированных, фото замученных невед жертв красной чумы [...] суд [...] обязательно будет, куда войдут и преступления нынешней помойки под названием РФ против человечества в Грузии, Чечне, Молдове, Украине». Важливою також є чітка вказівка на моральну відповідальність за злочини більшовицького режиму тих політиків і частини російського суспільства, що виправдовують чи прославляють ці злочини: «[...] в Украине был искусственно организованный большевиками голодомор. Теми краснопузыми ублюдками, которых вы так яростно поддерживаете [...]». «[...] все просто. Люди ненавидят тех, кто устраивал голодомор, коммунистов, вождей, тоталитарный режим, промывку мозгов [...]. Россия походу единственная страна из бывших советских республик, которая (официально) считает, что развал совка со всем скотством, которое в нем было, величайшая катастрофа. Единственная страна, которая добровольно возвращается в этот мрак и клеймит тех, кто готов сдохнуть, но не имеет больше вождей, политику партии и тонны лжи, извращение фактов с экранов телевизоров. Именно поэтому к русским такое отношение - добровольные защитники мифов совка, за которыми скрывались преступления [...]. Тобто, важливою складовою української протидії описаним міфологемам є розуміння і артикулювання того факту, що сучасна російська держава не змінила сутнісних ознак порівняно з радянськими і царськими часами, українська державність суперечить російським національним інтересам і вважається тимчасовим непорозумінням.

Отже, притаманна Україні з огляду на історичні обставини наявність регіональних відмінностей у ставленні до історичних подій і постатей, суспільного шляху розвитку, соціокультурної ідентифікації громадян різних регіонів України, зважаючи на їхнє ставлення до основних церков в Україні й основних мов спілкування, може бути перетворена та певною мірою вже перетворюється у процесі розвитку соцмереж на конфліктогенний фактор, з одного боку. З іншого – слабка ефективність здійснюваної на державному рівні цілеспрямованої політики національної єдності і спільного бачення розвитку країни не створює необхідних умов для нейтралізації цього фактора.

Негативним фоном для загальнонаціональних інформаційних обмінів стає також маніпулювання в соціальних мережах регіональними світоглядами через насадження контroversійних поглядів на минуле й майбутнє країни ззовні, що на тлі характерної для України проблеми відсутності культури політичного та суспільного діалогу стало передумовою для використання світоглядної кризи і кризи ідентичності для розхитування української державності загалом. У цій ситуації особливого значення набуває необхідність активізації в соцмережах, враховуючи їхню зростаючу популярність у соціально активній частини населення, інституцій наукових, освітніх, культурологічних та в цьому вимірі – особливо – технологічно оснащених по-сучасному бібліотечних установ, що здатні акумулювати, створювати і транслювати, використовуючи сучасні комунікативні можливості, державотворчі смисли, ініціювати ідентичнісні практики та сприяти досягненню національного консенсусу.

2.3. Конкуренція альтернативних ідентичностей та проблеми негативної мобілізації у інтернет-просторі

«Криза ідентичності», що породжує «ідентичності спротиву» в уособленні відроджень національних культурних здобутків, певною мірою притаманна і Східній Європі. У результаті завершення холодної війни в Східній Європі поступово постало питання ідентичності в країнах, які здобули право на незалежність. Мова йде про країни як колишнього Радянського Союзу, так і соціалістичного табору. С. Гантінгтон у своїй праці не втрачає цю ситуацію з поля зору, а натомість говорить про таке явище, як «криза ідентичності», коли вдається до аналізу суспільно-політичної ситуації у зазначених країнах. Дослідник із цього приводу стверджує, що в новому світі центральним фактором, що визначає симпатії і антипатії країн, стане культурна ідентичність [3, с. 186]. Підґрунтям, що визначає ідентичність націй, у С. Гантінгтона є такі національні ціннісні атрибути, як релігія, мова і сім'я. «Криза ідентичності» спонукає нації здійснювати пошуки свого подальшого самовизначення у світі, визначаючи свою культурну належність із спорідненими культурами з метою політичної співпраці й подальшого свого розвитку. Така ситуація з ідентичністю навряд чи може приводити до організації великих об'єднань, союзів за спільними для усіх цінностями. Натомість С. Гантінгтон зазначає те, що представники однієї цивілізації можуть завзятіше згуртовуватися навколо певної ідеї. За його словами, організації, створені всередині однієї цивілізації, як правило, добиваються більшого успіху і роблять більше, ніж міжцивілізаційні організації [3, с. 195].

Таким чином С. Гантінгтон підводить до того, що світ після закінчення холодної війни значно змінився, і подальший розвиток націй має

вирішуватись у площині таких проблем, як «криза ідентичності», що виникла паралельно з розвитком процесів глобалізації. С. Гантінгтон вважає процеси, пов'язані з «кризою ідентичності», доволі складним явищем. На його думку, процес перевизначення ідентичності може бути тривалим, таким, що переривається, і болючим у політичному, соціальному, інституціональному й культурному аспектах. На даний момент цей процес ніде не увінчався успіхом [3, с. 210].

Загалом ідентичність є вкрай важливим фактором при постановці питання – свій і чужий. Якщо йдеться про глобальний розвиток світу, то питання на кшталт подібного створюють певні проблеми на цьому шляху. Сутність таких проблем лежить у площині історичного минулого. Ідеться про тривале протистояння Заходу і Сходу, яке, як уже зазначалося вище, було викликане холодною війною. Проте не тільки цей аспект впливає на проблематику глобального розвитку. Дійсно, можна погодитись із С. Гантінгтоном, що такі явища, як історично сформовані спільні культурні традиції, спорідненість мов, релігій, сімейних устоїв, здебільшого зближують людей, надають індивідові відчуття належності до певного соціуму. Тим більше це актуалізується в часи невизначеності, коли є загроза розщеплення в чомусь ще не сформованому з присмаком космополітизму. У такий спосіб спільні культурні традиції людей виступають сьогодні як «ідентичності спротиву», як відповіді на розвиток глобалізації. Чи є дана відповідь на прикладі «ідентичності спротиву» адекватною глобальним зрушенням світу – питання дискусійне. Тож саме «ідентичності спротиву» стримують держави від уніфікації своєї національної етнокультури. По суті, явище уніфікації культур, як дітище глобалізації і є тим викликом будь-якій державі, що залучається до глобальних процесів. Перестороги, пов'язані з розмиванням культурної складової національної

ідентичності, спонукають деякі держави до міркувань про те, як, глобалізуючись, не втратити свої патріархальні культурні здобутки. Адже, як говорить Е. Сміт, «чуття національної ідентичності стає могутнім засобом самовизначення й самоорієнтації індивіда у світі крізь призму колективної особистості своєї самобутньої культури. Саме завдяки спільній неповторній культурі ми спроможні дізнатися “хто ми такі” в сучасному світі» [10, с. 26]. Проте, все ж не зважаючи на такі перестороги та острахи втрати національної ідентичності, світ продовжує рухатися в напрямі глобалізації, і дедалі більше вчених вказують на об’єктивний характер її розвитку. З цього погляду слід очікувати з часом посилення трансформаційних впливів з боку глобалізації на етнокультурні здобутки націй.

Окрім вищезначених векторів протистояння, напевно, що існує ще один – це Росія і Захід. З цього приводу у вітчизняного дослідника Ю. Павленка знаходимо думку, що «водночас на міжнародній арені і після краху СРСР залишаються держави, достатньо потужні для того, щоб проводити самостійну політику. Серед них не тільки Японія, але й Китай, Індія та Іран, а в деяких ситуаціях навіть Росія, що періодично демонструє амбіції великої держави. Ці країни створюють деяку політичну противагу планетарній гегемонії Заходу» [11, с. 39].

У такому разі ми дійсно приходимо до ймовірності тієї моделі розвитку світу, яка передбачає взаємоіснування цивілізацій на основах рівноправ’я в багатьох сферах життєдіяльності. Такий поліцивілізаційний підхід до розв’язання проблем глобального розвитку світу є можливістю нівелювати таке явище, як агресивна культурна глобалізація, та не виключено, що і певною мірою зняти напруження навколо назрілої сьогодні «кризи ідентичності». Така поліцивілізаційна модель паритетного співіснування

цивілізацій в умовах глобальної економіки є досить привабливою. Це виражається в тому, що, з одного боку, наприклад, «мультикультуралізм» дає змогу знімати конфлікти між цивілізаціями з причини відходу від універсалізації культурних надбань націй, утворюючи можливість до збереження державами самобутньої етно- культурної національної ідентичності. У такому разі можемо вести мову про те, що за рівноправних діалогів між цивілізаційними полюсами зовсім не обов'язково постає питання асиміляції національних культур з певною загальносвітовою космополітичною тенденцією. Коли у світі здійснюється, припустимо, рівноцінний діалог між цивілізаційними, то здійснювати всіляке економічне партнерство видається цілком зручним, не вдаючись до культурних уніфікацій світу. Цей момент дав би можливість подолати таке явище, як «криза ідентичності», та її породження «ідентичності спротиву», а, можливо, і сприяло б уникненню ситуації з відродженням різного роду фундаменталізмів. «Ідентичності спротиву» є такою собі реакцією на виклики глобалізації, коли остання передбачає універсалізацію культурної сфери держав, але при цьому нових сталих форм прийдешніх ідентичностей, що змінили б патріархальні самобутності, сьогодні ще не існує.

«Ідентичності спротиву», на наш погляд, базуються, у першу чергу, на спробі збереження державами таких етнокультурних складників, як мови, релігійного світогляду, традицій, звичаїв і національного менталітету, який надає всім іншим перерахованим етнокультурним складовим національного колориту. Тож можемо говорити, що «ідентичності спротиву» є спробами держав зберегти етнокультурну національну ідентичність і не загубити, разом з тим, свою національну належність під тиском глобалізації. Тим не менш, відродження етнокультурної національної ідентичності є вагомим

фактором, який може призупинити трансформації, що полягають у розмиванні колишніх сталих традицій співіснування людей у соціумі. Як пише дослідник В. Лях, «майже в усьому світі сьогодні патріархальна система піддається тиску, а в деяких суспільствах навіть зазнала краху. Про це свідчить перегляд стосунків між статями, зростання феміністських рухів, зміна ролі сім'ї. Оскільки у світі відбуваються такі драматичні зміни, то люди схильні групуватися навколо первісних джерел ідентичності: релігійних, етнічних, територіальних тощо» [8, с. 107].

На жаль, в уяві дослідника ідентичність ототожнюється з патріархальністю, що не можна вважати коректним. Національна ідентичність, як і будь-які інші суспільні процеси, має здатність до розвитку внесення, прогресивного вкладу в загальносуспільний розвиток. Таким чином, при розгляді даного складного процесу мова йде не лише про можливість запобігти тим тенденціям, які роблять суспільне життя індивіда більш розкутим і незаангажованим щодо сталих колись традицій сім'ї, побуту, роботі, товаришуванні та ін. Необхідно зазначити, що відродження етнокультурної національної ідентичності, як уособлення «ідентичності спротиву», на наш погляд, не означає відмови від самого об'єктивного процесу глобалізації, але прагне лише зберегти для держав самобутнє національне підґрунтя. У такий спосіб ми говоримо про те, що збереження етнокультурної спадщини не є перепорою для економічної і політичної інтеграції держав, якщо йде паритетний діалог між ними в економічній площині, де здійснюється продуктивна економічна співпраця.

Отже, ми говоримо про одну із сьогоднішніх тенденцій, яка викликана нинішньою «кризою ідентичності», що, у свою чергу, породжує «ідентичності спротиву» (потрібно говорити, очевидно, про спротив

глобальній уніфікації, як тупиковому напрямку суспільного розвитку), на прикладі відродження етнокультурної національної ідентичності, як реакції на ситуацію невизначеності навколо культурних засад глобалізації. Подібна невизначеність культурологічних основ глобалізації засвідчує те, що нові форми ідентичності сьогодні ще не є сталими, а значить, і не достатньо сформовані, щоб ми їх могли чітко визначити в теоретичному й практичному значенні.

Нинішня «криза ідентичності» ставить перед дослідниками питання відносно культурних основ глобального розвитку світу. З одного боку глобалізація передбачає зведення культур до єдиної космополітичної екзистенції, але з іншого – «криза ідентичності», що формує «ідентичності спротиву», не сприяє такому сценарію уніфікації культур. З цього погляду не можна оминати увагою і питання: чи є етнокультурні ідентичності раз і назавжди даними? Водночас слід зазначити, що інтенсифікація життєвого простору, такі явища як зміна типів суспільного устрою, наприклад, як це відбувається в наш час з індустріального укладу господарювання на постіндустріальний (Д. Белл), може сприяти трансформації етнокультурної національної ідентичності, яке, у свою чергу, буде означати, що патріархальні форми ідентичності не є назавжди встановленими. За таких обставин говоримо про мультикультуралізм як оптимальне явище в глобальному світі. Як зауважує вітчизняний дослідник М. Козловець, «із розмиванням культурних бар'єрів, зростанням міграційних потоків механізми формування та підтримки ідентичності набувають значної гнучкості, динамічності, пластичності та варіативності. В результаті ідентичність і самоідентифікація стають більш складними, неоднозначними, багаторівневими та багатовимірними» [12, с. 133]. Це зайвий раз засвідчує

про неоднозначність культурної ланки в розбудові глобального світу. Як один з варіантів культурного розвитку світу космополітична культура та дискусії навколо цього явища будуть ще багато часу актуальними, оскільки нові ідентичності не є чітко визначеними, проте ці пошуки тривають, і як говорить М. Козловець: «За умов можливих і реальних руйнувань ідентичностей перед людьми постійно постає завдання конструювання і набуття нових життєвих смислів» [12, с. 135]. Утім, такий стан речей, вочевидь, не відкидає поряд із проблемами уніфікації культур і можливість становлення мультикультуралізму. Проти процесу подібної уніфікації сьогодні найбільш сильно постають проблеми збереження мовного й релігійного самовизначення людей. Ми прямо можемо говорити, що найближчим часом ісламський і азійський цивілізаційні полюси не виявляють схильність, зокрема до культурної інтеграції із Заходом і, навпаки, при цьому відроджують свої культурні самобутності, про що й свідчать дослідження С. Гантінгтона. У цьому ракурсі Ч. Тейлор у своїй відомій праці «Мультикультуралізм і політика визнання» (2004) говорить: «Інші культури існують, і ми повинні й надалі жити разом – водночас як у межах усього світу, так і перемішані в кожному окремому суспільстві» [13, с. 70]. Дійсно важко з таким твердженням не погодитись, оскільки зрозуміло, що наскоком універсалізувати світовий культурний простір навряд чи вдасться, до того ж це може спричинити конфлікти між цивілізаційними полюсами. Тому одним з головних факторів співіснування цивілізацій у глобальному середовищі є також досягнення безконфліктності на етнокультурному ґрунті взаємин. Дослідник В. Фадєєв у цьому ракурсі зазначає [14], що успіх культурної політики залежатиме не так від того чи буде збережена колишня соціокультурна ідентичність, а швидше, як вважає дослідник, від

налагодження безконфліктного існування подекуди незпівмірних соціокультурних форм, що буде супроводжувати подальший розвиток як глобальної, так і локальної культури.

У такий спосіб можемо говорити про значення безконфліктності в етнокультурних взаєминах у процесі розвитку глобальних трансформацій світу. Важливість цього питання полягає в тому, що, з одного боку, нівелюються підстави для розвитку таких явищ як «ідентичності спротиву», але з іншого – у процесі розвитку глобальних рухів можуть розвиватися ідентичності космополітичного характеру. Виходячи з цього можемо підкреслити, що в перспективі для безперешкодного розвитку глобальних процесів більш доречним є мультикультуралізм, який не заперечує співіснування розмаїття культур в умовах глобалізації. Виходячи з того, що сьогодні є «криза ідентичності», ми говоримо про проблематичність уніфікацій етнокультур і наголошуємо, що мультикультурна тенденція має домінувати в глобальних перетвореннях світу. За таких обставин можливе формування лояльного ставлення до процесів глобалізації. Такий сценарій сприйняття глобалізації, на думку автора, є особливо актуальним, оскільки дасть змогу тією чи іншою мірою уникати каменів спотикання в культурній площині, а країни, що затято оберігають патріархальні самобутності, будуть більш відкритими для діалогів у дану епоху глобалізму. Це надає можливість уникати тих важелів, що активують «ідентичності спротиву», які, як відомо, набувають розвитку в результаті не сприйняття культурної глобалізації, коли, з одного боку, починають розвиватися національні ідентичності, а нові ще до кінця не визначені. Боязнь втрати національної етнокультурної самобутності і як реакція на це – відродження патріархальної національної ідентичності може призвести до того, що країна ризикує опинитися за межами

об'єктивних глобальних процесів, що саме по собі означатиме, перш за все, відсутність паритетних взаємин в економічному й політичному відношенні.

Найкращим виходом за таких обставин є визнання політики мультикультуралізму, що сприяє лояльному розвитку культурної глобалізації. До того ж мультикультуралізм дає можливість сподіватися, що в майбутньому стане нагода через відсутність «ідентичностей спротиву» розвивати певні космополітичні ідентичності, а робити це безконфліктно, здебільшого є можливим за умов мультикультуралізму. Наприклад дослідник О. Козловець із цього приводу зазначає [12], що мультикультуралізм є такою етнонаціональною політикою, яка заохочує, а також підтримує таке явище як культурний плюралізм різних етносів та зокрема сприяє їх інтеграції в єдину політичну націю. Тут слід сказати, що мультикультуралізм має сприйматися як рішення, що втілюється в життя з метою безконфліктного співснування етносів в умовах глобалізації світу. Рухаючись у бік глобалізації і усвідомлюючи загальновизнану в науковому середовищі об'єктивність процесів глобалізації, окрема етнокультура має бути гнучкою – це означає, що вона має з часом бути більш відкритою щодо інших культур, а це вже можуть бути в перспективі й перші паростки міжкультурного діалогу. Дослідник О. Козловець у цьому ключі говорить, що, етнокультурну самобутність не можна підтримувати без довіри до інших культур, оскільки без контактів вичерпуються механізми її самоорганізації і саморозвитку [12, с. 169]. Мультикультуралізм, за таких обставин, приваблює своїм культурним плюралізмом, що, у свою чергу, як зазначає Т. Пустова [15], є адаптацією людини до чужої культури без відмови від своєї власної, адже культурний плюралізм допускає оволодіння цінностями іншої культури без втрат у відношенні до власної національної культури.

Ще однією важливою рисою мультикультуралізму, на погляд автора, є те, що етнокультурна національна ідентичність має інкультуруватися, тобто допускати у своє культурне середовище цінності інших культур. Це автоматично дає змогу виключати конфліктогенність у міжкультурному діалозі, що робить мультикультуралізм дійсно оптимальним підґрунтям культурної глобалізації. Виходячи з цього можна перевести питання в інший ракурс, а саме, що сьогодні заважає повноцінному становленню мультикультуралізму в країнах, які зазнають впливу з боку глобалізації? Одну з відповідей можемо знайти в понятті – «вестернізація». Головне, що при цьому слід відзначити подекуди негативне усвідомлення цього поняття як такого, що має на меті тотальне розмивання національних культурних самобутностей, а натомість насадження певних прозахідних або, як ще інколи лунає, американізованих культурних засад існування. Як наслідок породжується не сприйняття умов культурної глобалізації, що формує підґрунтя конфліктів і недовіри до глобалізації в цілому. Таке усвідомлення культурної глобалізації через вестернізацію як негативне явище, що руйнує національну культуру, безперечно, певною мірою протидіє становленню мультикультуралізму.

Проте слід сказати, що ми сьогодні можемо говорити про помилковість розуміння культурної глобалізації, як процесу вестернізації. Останнє продиктовано тим, що мова йде про відсутність вестернізації як обличчя агресивної культурної глобалізації на прозахідний манер, і натомість про безконфліктне взаємоіснування національної культури з іншими культурами або культурою, яка може тяжіти до універсальної екзистенції. Звичайно, що взаємоіснування культур на прикладі мультикультуралізму є викликом певним державам, які глобалізуються, і пов'язаний він з побоюваннями

втрати етнокультурної національної ідентичності. Але водночас мультикультуралізм є і відповіддю, що спрямована на подолання цих побоювань, що дає змогу категорично не відмовлятися від національної етнокультури і зокрема сприймати глобалізацію розважливо, до того ж як об'єктивний процес світового розвитку. Відомо, що мультикультуралізм, сутністю якого є культурний плюралізм, не руйнує основ національної ідентичності. Т. Пустова стосовно цього говорить [15], що при культурному плюралізмі жодна національна культура не втрачає власної самобутності та не розчиняється в певній космополітичній культурі.

Значення культурного плюралізму також дедалі більше підсилюється сумнівами вчених щодо утворення цілісного уніфікованого в культурному плані суспільства взагалі. Як зазначає з цього погляду М. Козловець, злиття людства в єдине співтовариство навряд чи буде виглядати ідилічним, вільним від міжнаціональних і міждержавних конфліктів [12, с. 299]. Тому, враховуючи такі обставини, є необхідність пошуку нової адекватної моделі розвитку міждержавних діалогів. Такою моделлю якраз має стати ідея мультикультуралізму, адже, як зазначає Т. Пустова, «мультикультуралізм, по суті, означає вироблення правил і норм співіснування різних культур і їх носіїв в одному правовому, соціальному, економічному полі» [15, с. 114].

Отже, ми підходимо до того, наскільки сьогодні мультикультуралізм притаманний світові як тенденція становлення культурної глобалізації? Щоб усвідомити це, нам потрібно розглянути сучасні культурні зрушення на прикладі національних держав, що глобалізуються. Як відомо, сучасну добу ще називають постіндустріальною (Д. Белл). В основі цього часу є влада інформації та творча самореалізація особистості у вирі інформаційно-комунікативних процесів. Дослідник Є. Суліма стосовно цього говорить, що

«постіндустріальне суспільство з необхідністю має ґрунтуватись на розвитку мережі вільних асоціацій, незалежних від влади масових комунікацій, які вочевидь є більш ефективними з точки зору реалізації головної мети – високого інтелектуального розвитку та удосконалення креативного потенціалу людини як головного ресурсу постіндустріального виробництва» [16, с. 19]. Тож інформаційні потоки мають становити в майбутньому економічну основу світу, себто вони по суті не мають кордонів і підтвердженням цьому є мережа Інтернет. Як говорить М. Кастельс, «Інтернет є тканиною нашого життя. Якщо інформація – це сьогоднішній еквівалент електрики в індустріальну епоху, то Інтернет у наші часи можна порівняти як із електричною мережею, так і з електричною машиною завдяки спроможності поширювати силу інформації всією цариною людської активності» [17, с. 1]. Стосовно космополітичної суті Інтернету – зрештою ця особливість диктується його все проникаючою сутністю, яка охоплює весь світ. Проте залишається відкритим питання, а чи можуть ці паростки подібної космополітизації світу впливати на космополітизацію етнокультурної національної ідентичності? Вочевидь, що сьогодні ми не простежуємо цілісності такого ефекту. Так можна стверджувати, що за мету подібної культурної глобалізації ставиться розвінчування національних культурних самобутностей. Цей процес здебільшого, на думку автора, здійснюється засобами масової інформації, оскільки саме вони є складовими впливу на свідомість людей з метою її трансформації. Інструментами впливу на свідомість людини є телебачення, Інтернет, газети, журнали, радіомовлення, книжки. Ці інструменти впливу в особливості на теренах демократичних суспільств можуть нести із собою певні культурні відмінності. Однак говорити про те, що такий стан речей суцільно сприяє

розмиванню етнокультурної національної ідентичності не доречно. Більше того, слід сказати, що інша культура, проникаючи в національне середовище спровокувала нинішню «кризу ідентичності», що, у свою чергу, веде до утворення, за висловом М. Кастельса, «ідентичностей спротиву».

У даному контексті до змісту етнокультурної національної ідентичності ми відносимо такі складові, як мова, релігія, традиції, звичаї, національний менталітет. Використовуючи дослідження С. Гантінгтона, можемо стверджувати, що сьогодні зарано говорити про тенденції до повсюдної космополітизації зокрема таких основоположних складових етнокультурної національної ідентичності, якими є мова і релігія. Сьогодні у світі використовується багато мов, і приклади використання есперанто чи сензара сьогодні не знаходять широкого вжитку. Водночас маємо погодитись із С. Гантінгтоном, що англійська мова, яка найбільше відома світові з-поміж усіх, є і залишається лишень мовою ділового спілкування. Щодо релігії можна говорити, що останні є більш розпорошеними і на погляд автора не такими сталими як мова, але це не означає, що населення тих чи інших країн пристає до певної універсальної релігії, оскільки такої в наш час просто не існує. Сьогодні ми є свідками поширення багатьох релігійних вірувань, і це, зокрема, видно на прикладі країн колишнього Радянського Союзу. Самі по собі багато з релігійних конфесій є космополітичними. Однак їхня космополітичність виражається в тому ракурсі, що ці релігії відкриті для всіх, хто виявить бажання прийняти одну з цих вір. Тобто можна в даному разі говорити, що є велике розпорошення віруючих за релігійними уподобаннями, яке до того ж набуває розмаху, як це видно і на прикладі України, де останнім часом збільшується кількість різночинних релігійних установ. То ж сьогодні в практичній площині не можна стверджувати про

передумови до однозначної універсалізації таких складових етнокультурної національної ідентичності, як мова і релігія.

Мовна й релігійна складові виступають як та основа, яка розділяє поміж собою народи на цивілізації, у той же час розвиваючи їх на національному ґрунті. Що стосується традицій і звичаїв, то вони, у свою чергу, базуються на національному менталітеті, який надає їм національного колориту і є традиційним соціальним механізмом передачі духовних цінностей між поколіннями.

Національний менталітет розподіляють на генетичний і набутий. Вважається, що генетичний менталітет піддається трансформаціям лише при постійних впливах на нього протягом цілого ряду поколінь. А це, у свою чергу, означає, що, будучи генетично вкоріненими в етнос, традиції і звичаї не можуть зазнавати помітних видозмін. Водночас у національне середовище може проникати щось набуте, формуючи таким чином набуті цінності і це, на думку автора, може співіснувати з генетично вкоріненими культурними здобутками етносу. Набуті цінності передбачають змінність і несталість духовних сутностей, тобто коли прийшли культурні напластування можуть із часом змінюватися на інші. Це, наприклад, може стосуватися зміни політичних систем, устроїв, зміни культурних настроїв, пріоритетів тощо. У такий спосіб ми підходимо до того, що мультикультуралізм теоретично може бути притаманним чи не усім суспільствам, де поряд з генетично вкоріненими самобутніми культурними цінностями існують і загальносвітові глобальні цінності. За таких умов стає можливою глобалізація, яка узгоджується з розмаїттям культур, не спричиняючи при цьому ніяких конфліктів на міждержавному рівні. Тоді стає реальною дійсно оптимальна перебудова світу на глобальні щаблі розвитку. Тут є можливим подолати

думку стосовно руйнівного впливу глобалізації на національні держави і зокрема у сфері культури, оскільки, будучи втіленням культурного плюралізму, мультикультуралізм передбачає лояльне співіснування сукупності різних культурних напластунків у тому чи іншому соціумі. Стосовно ж побоювань втрати етнокультурної національної ідентичності, то можна говорити про те, що такі ідентичності не є назавжди даними. Про це, зокрема, говорить В. Лях, додаючи при цьому [8], що під впливом історичного періоду ідентичності зазнають трансформацій і стають дедалі менш сталими. При цьому наголошується про небезпеки, пов'язані зі зростанням свободи вибору індивідом, як зазначає В. Лях, цінностей і моделей поведінки. Це інколи розглядається як певна загроза упорядкованому життю, оскільки така свобода сприяє становленню, як вважається, дещо хаотичній атмосфері в суспільстві, що може призводити до аномії.

Вищевказане свідчить, що політика мультикультуралізму не може однозначно сприйматися, але наразі може бути альтернативою для глобалізації, коли світ прагне до розбудови, виключаючи «зіткнення цивілізацій» (С. Гантінгтон). Отже, мінливість ідентичностей сприяє становленню мультикультуралізму, оскільки зазнаючи змін, ідентичності поступово трансформуються, і це не заважає набути цінностям існувати поряд з патріархальними адже за даних обставин говоримо про культурний плюралізм. Із цього приводу автор вважає, що мультикультуралізм є більш адекватною відповіддю на виклики глобалізації, аніж відродження патріархальних культурних самобутностей з відмовою від культурних зв'язків між державами. Це продиктовано тим, що закритись від глобальних процесів розвитку світу означає певні небезпеки для подібних націй-держав, у першу

чергу пов'язаних з ризиками опинитися на узбіччі глобального світу з ймовірністю нерівноцінних діалогів і партнерської співпраці з іншими державами. Як говорить Н. Громакова, «на рубежі третього тисячоліття проблема ідентичності перетворилася на одну із засадничих проблем виживання людства в умовах глобалізації. Реальність довела, що неможливо жити в сучасному світі, перебуваючи водночас осторонь тенденцій, що визначають і глобальний, і локальний рівні суспільного поступу» [18, с. 64]. На користь політики мультикультуралізму говорять існуючі міжкультурні діалоги, які цією політикою і породжуються, оскільки мультикультуралізм співвідноситься із взаємоіснуванням культур і не виключено, що активізує таким чином пошук нових ідентичностей, адекватних вимогам інформаційної доби. У даному випадку можемо говорити про формування, за таких обставин, певного дискурсу ідентичностей, про який у цій площині зокрема зазначає В. Лях: «Для формування цих нових ідентичностей потрібно створити новий дискурс ідентичності, потрібна нова політика, яка працювала б у системі культурних цінностей і поведінкових моделей» [8, с. 110]. Отже, на сьогодні і на перспективу автор бачить такою політикою мультикультуралізм як тренд, що спроможний сприяти уникненню конфліктів між цивілізаціями в культурній площині, а також створює умови для певного дискурсу ідентичностей, який здатен нівелювати процес відродження патріархальної національної ідентичності із закриттям культурних кордонів між країнами. На користь тенденції становлення мультикультуралізму в результаті розвитку глобальних процесів вказує і відомий дослідник мультикультуралізму Ч. Тейлор: «... Всі суспільства стають усе більш мультикультурними, стаючи водночас більш губчастими (porous). Губчастість (porous) суспільств означає, що вони є більш відкритими для багатонаціональної міграції, більше їхніх

членів живе життям діаспори, центр якої знаходиться десь в іншому місці» [13, с. 70].

Отже, у реаліях сьогодення глобальний розвиток світової цивілізації створює проблемні ситуації навколо культурних засад подальшого існування націй-держав. З одного боку, розгортається тенденція щодо захоплення відродженням патріархальних культурних цінностей і навіть фундаменталізмів за межами прогресивного розвитку сучасного суспільства, а з іншого – проглядаємо певний рух до космополітичної культури.

Таким чином, «ідентичності спротиву» відроджуються внаслідок реакції на спроби уніфікації національних етнокультурних здобутків з боку глобалізації. Причини такого явища відомі науковому загалу і криються в ситуації невизначеності, коли, з одного боку, іде процес розмивання структурних складових етнокультурної національної ідентичності, а з іншого – нові форми ідентичності ще не є сформованими. Така ситуація привертає до себе увагу, оскільки патріархальні орієнтири етнокультурної національної ідентичності стираються, а нові форми ідентичності, засновані на процесах удосконалення соціальної структури суспільства, ще чітко не виражені. За такої ситуації процес відродження національних культурних самобутностей виглядає досить природно, оскільки культурні обриси глобалізації не є досить визначеними, хоча активні процеси утвердження системи своїх інтересів у сучасному світі провідними державами-глобалізаторами шкодять гармонійному розвитку нової високопродуктивної полікультурної цивілізації.

III СИМВОЛІЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ

3.1. Модернізація історичної пам'яті та політики пам'яті у електронному середовищі

Важливою складовою світоглядного дискурсу є дискурс минулого: пам'ять і контрпам'ять, «придушена» та «витіснена» пам'ять; комеморація як створення спільних спогадів; політика пам'яті, проекти пам'яті та конструювання місць пам'яті; політизація історії та пов'язані з нею так звані битви за минуле чи історичні війни. Очевидним є той факт, що концепти «пам'ять», «колективна пам'ять» не є чимось метафізичним і абстрактним, вони постійно беруть участь у процесах конструювання, артикуляції й мобілізації ідентичностей, потрапляючи тим самим у простір політики [31] й актуалізуючи відповідні дослідження. Визнаючи амбівалентність впливів мережі Інтернет як гіпотетичної трибуни для пошуку компромісів і водночас додаткового чинника поляризації, вітчизняні науковці схильні все ж вбачати у ньому фактор ослаблення комунікаційного поля під впливом віртуальної гіперреальності, різкого скорочення можливостей діалогу, зростання можливостей для використання маніпулятивних технологій, формування «зони безвідповідальності, де свобода дедалі більше обертається хаосом» [32, с. 201–203]. Хоча такі застереження мають під собою ґрунт, соціокультурні трансформації під впливом поширення інформаційних технологій видаються процесами, що не можуть бути схарактеризовані переважно в ключі ризиків.

Сьогодні поза сферою наукового осмислення залишаються особливості функціонування місць пам'яті в цифровому форматі, специфіка комеморації з

огляду на потенціал інтерактивності, створюваний соціальними медіа, характеристики «битв за минуле» у віртуальному просторі, перспективи реалізації політики пам'яті в умовах мережевого суспільства. Загалом, досліджень, присвячених питанням національної пам'яті, в інтернет-просторі [33, 34] недостатньо для розкриття проблематики, що на сучасному етапі формує окремий напрям історичних студій та цифрової гуманістики. Використання цифрових медіа та інструментів для фіксації суспільно значущих подій минулого чи сьогодення, досліджень, представлення, популяризації історії та комеморації може бути описане як цифрова історія. Ідеться про новий підхід до досліджень та представлення історії, що передбачає застосування інформаційних технологій, баз даних, мультимедійних проєктів, гіпертексту, можливостей інтеракції у мережі.

Віртуальна репрезентація дискурсу пам'яті можлива на кількох рівнях (за М. Ферро): інституційному – створення, коригування, ревізії офіційної історичної концепції, здійснювані політичною та інтелектуальною елітою; рівні контрпам'яті – репрезентацій, що не відповідають офіційній версії історичних подій; рівні масового дискурсу індивідуально-колективної пам'яті. Сьогодні акумуляція матеріалів, що сприяють комеморації, відбувається на різних ресурсах: від офіційних інтернет-порталів державних структур, покликаних реалізовувати політику пам'яті, сайтів наукових установ, що, по суті, репрезентують через власні віртуальні представництва результати своєї роботи, до електронних колекцій бібліотек та архівів, віртуальних експозицій музеїв, що на сучасному етапі досягають рівня міжнародних і глобальних проєктів. В інтернет-просторі знаходить відображення діяльність громадських організацій – меморіальних, присвячена виявленню і збереженню інформації про травматичні події

(репресії, депортації, локальні і глобальні військові конфлікти, їхній вплив на долі народів і окремих людей), пам'яткоохоронних і краєзнавчих, що працюють з місцями пам'яті.

Значний вплив на формування історичного наративу мають електронні ЗМІ – сьогодні значна їх частина веде спеціальні рубрики чи проекти в рамках видання: «Україна Інкогніта» (газета «День»), «Історія» («Тиждень»), «Історична правда» («Українська правда»), «Усвідомлюючи себе через пам'ять» («Радіо “Свобода”»). Розвиваються і окремі сайти. Водночас саме спеціалізовані сайти чи рубрики популярних видань можна назвати майданчиками для розгортання «війн пам'яті», чи навіть інформаційної агресії проти України (таке потрактування видається цілком виправданим з огляду на незначну, чи навіть повну відсутність інформаційної протидії нав'язуваному наративу), в якій «битви за минуле» відіграють провідну роль. Відзначимо, що лише влітку 2014 р. в Україні з'явився, і то зусиллями громадськості, сайт «Лікбез. Історичний спротив», де публікуються матеріали із суперечливих питань українсько-російських відносин. Метою проекту, як зазначено на сайті, є створення багатомовного інтернет-ресурсу, що акумулював би достатній обсяг інформації щодо історії України, формування української держави, витоків українсько-російських конфліктів тощо. Це, по суті, єдиний нині потужний проект, що декларує серед своїх завдань надання «надійних джерел та фактів, які можна використовувати як для свого усвідомлення, так і для ідеологічних дискусій» [35].

Простір пам'яті формують і комерційні проекти, для яких історичний контент є допоміжним, що, однак, за умови якісної підготовки матеріалів не знижує його пізнавальної цінності. Це туристичні сайти, представництва спеціалізованих видавництв, аукціонів вінтажних чи антикварних предметів

тощо. Наприклад, проект «Київ. Фотолітопис» (photohistory.kiev.ua) – цифровий архів видавництва «Варто», що спеціалізується на випуску книг та мультимедійної продукції про Київ і Україну: цифрові копії книг, журналів і газет київської тематики, що видавались із середини ХІХ ст. до нашого часу, карт Києва, листівок, малюнків; фото-, відео- та кінохроніка. Цікаво, що такі проекти досить часто є відкритими – запрошують до співробітництва небайдужих користувачів, використовуючи таким чином можливості взаємодії автор – користувач, створювані інтерактивністю інтернет-комунікацій.

Найвищий рівень такої взаємодії характерний для соціальних медіа, що виступають потужним джерелом залучення громадянської активності, зокрема і в дискурс національної пам'яті. Широке обговорення опублікованих пам'яток, документів, розвідок, якість яких варіюється від наукових матеріалів до графомансько-сенсаційних і відверто маніпуляційних, характеризує смисли, погляди, оцінки меморіального й історичного дискурсу. Соціальні медіа впливають на формування регіональних особливостей ландшафту пам'яті; тут функціонують ностальгічні спільноти, популяризується онлайн-туризм, розвивається інтернет-активізм, спрямований на пам'яткоохоронну проблематику.

Окремим сегментом дослідження проблеми пам'яті можна вважати функціонування так званих ностальгічних спільнот, для яких характерна реконструкція побуту, інших рис життя в минулому, емоційна, експресивно-оціночна, а не фактологічна складова його обговорення, що дозволяє виокремлювати ностальгічні практики серед історичних. Актуальність досліджень ностальгії як спроби утопічного конструювання минулого, «туги за домом, якого більше немає або, можливо, ніколи й не було», утопії,

зверненої не в майбутнє, а в минуле, спроби перетворити історичний час на міфологічний простір [36] у вітчизняному і, ширше, пострадянському просторі підтверджується зростанням її проявів протягом останнього десятиріччя, її комерціалізацією та використанням у ідеологічних побудовах, що є елементами політичної боротьби та інформаційних впливів, у тому числі зовнішніх.

Низка особливостей інтернет-дискурсу (усно-писемне мовлення, мультимедійність, інтерактивність, полілогічність, емоційність та емпатія) дають змогу говорити про ностальгічні практики у інтернет-просторі як про явище, що набуває якісно нових рис і є достатньо масовим, щоб бути предметом спеціального дослідження. Організований структурований ностальгічний інтернет-дискурс (ностальгія за радянським загалом) – тематичні форуми і блоги, спеціалізовані спільноти – переважно російські, до яких долучаються учасники з України. Стихійні і спорадичні спільноти виникають навколо окремих публікацій і ностальгічних обговорень їх змісту у форумах. Для ностальгування за радянським «золотим віком» не характерні національні особливості: він переживається як спільне радянське минуле. В одному треді можуть поєднуватись згадування і обговорення Москви, Києва чи Ашхабада часів «застою». Радянське українське минуле, як правило, розглядається в загальному контексті, що є цілком логічним з огляду на те, що учасники обговорення, які ідентифікують себе як представників «покоління народжених у СРСР», найчастіше ігнорують національні особливості, що виходять за межі національної політики Союзу («в СРСР видавалось більше українських книг, ніж в незалежній Україні»).

Тим часом носії української національної ідентичності байдужі, або негативно налаштовані щодо радянського минулого. Окремі спроби його

«експропріації» – наголошування українськості артефактів періоду УРСР, спостерігаються в інтернет-дискурсі останнього часу лише в контексті українсько-російського протистояння, інформаційного в тому числі. А загалом «радянськість» і «українськість» потрактовуються швидше як антагоністичні в класичній парадигмі українського дисидентського дискурсу.

Як виняток можна розглядати ностальгічні треди, пов'язані з ностальгією щодо конкретної місцевості і періоду: Львова польського періоду, повоєнної Одеси, Києва епохи «застою» тощо. Це ностальгування об'єднує учасників, фактично чи ментально пов'язаних із тим чи іншим містом, формуючи умовно національний сегмент радянського ностальгічного дискурсу – за мовою, проблематикою, статусом учасників. Назвемо його умовно (ситуативно) національним як у силу необов'язковості цієї ознаки, так і з огляду на існування іншого, виразно національного пласту ностальгічного інтернет-дискурсу українців, пов'язаного з періодом другої половини ХХ ст. Ідеться як про романтизацію українських визвольних змагань, що в соціальних медіа досить часто розглядаються через родинну історію, рустикальне¹⁹ ностальгування за «сільським дитинством» чи «канікулами у бабусі», що має місце на українських форумах соціальних медіа, так і про спогади, пов'язані з традиціями, укоріненими в дорадянському періоді (напівлегальні святкування Різдва чи Великодня).

Зрозуміло, не увесь користувацький контент якісний, оригінальний, актуальний і суспільно корисний, швидше навпаки, проте інформаційні технології, демократизуючи процеси інфотворення, сприяють наповненню інформаційного простору новою (в тому числі новою за якісними характеристиками) інформацією. Принципово, що, порівняно з традиційним

¹⁹ Слово «рустикальне» походить від французького слова *rustique*, що означає «грубий» або «сільський».

механізмом лобіювання ідеологічних проектів через проекти історичні, веб-формат є найбільш демократичним і масовим, перетворюючи на потенційного суб'єкта дискурсу пам'яті кожного, хто приєднався до глобальної Мережі.

Отже, розвиток інформаційних технологій наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. сприяв не лише змінам у національному та глобальному інформаційному просторі – інтенсифікації виробництва нової інформації, створенню принципово нових способів її зберігання, пошуку і подання, але і виникненню нового культурного, мовного, інформаційного середовища, нової соціокультурної реальності, що формується і стрімко розвивається з розширенням сфер впливу сучасних засобів комунікації. Активне впровадження новітніх технологій змінює стандарти спілкування й обміну інформацією, сприяє залученню до створення контенту користувачів, розширюючи можливості співпраці і співтворчості, трансформуючи тим самим і практики та дискурси, пов'язані з трансформаціями ідентичностей.

Сучасні глобалізаційні процеси, зокрема їхня інформаційна складова, можуть бути характеризовані як всеохопні, що описують ситуацію, коли продуковані лідерами глобалізаційних процесів смисли проникають у національні інформаційні простори, створюючи нові системи цінностей, нові стилі життя й нові види ідентифікацій для громадян і призводячи цим самим до уніфікації світоглядних установок. Новітні мас-медіа набули характеру єдиної комплексної системи масової комунікації глобального характеру з можливістю визначати особливості сприйняття людиною тих чи інших подій, формувати її смаки, уподобання, поведінку, світогляд. По суті, саме система комунікації, що панує в суспільстві, моделює й керує аксіологічним полем на глобальному та

локальному рівнях [8, с. 23].

Водночас у відкритому інформаційному просторі має місце свідомо або неусвідомлена протидія знеособленим глобальним символам, відповідно активізується національна свідомість, у тому числі локальна ідентичність як компенсатор розмивання ціннісних орієнтирів у сучасному медіатизованому суспільстві. При цьому сучасні інформаційні технології створюють нові й додаткові можливості для реалізації цього спротиву глобальній уніфікації, зокрема й через звернення до локальної ідентичності, що виявляється у зростанні інтересу до регіональних особливостей, емоційної прив'язаності до рідних населених пунктів, урешті-решт, укоріненості у фамільній історії. Звідси відбувається зростання ролі інституцій, що так чи інакше виступають хранителями колективної пам'яті людства – бібліотек, музеїв, архівів, останнім часом їхніх віртуальних представництв чи спеціальних проєктів. Важливо, що саме бібліотека активно бере участь у процесах ретрансляції культури, тобто передачі колективної пам'яті від людини до людини, від покоління до покоління, що багато в чому зближує її зі сферою освіти. Меморіальна й ретранслююча (освітня) функції бібліотек найповніше реалізуються у краєзнавчій роботі в контексті процесу музеєфікації [9] бібліотек, а також формування системи інформаційної підтримки освіти.

Яскравим прикладом описаних тенденцій може вважатися потужний проєкт Європейської цифрової бібліотеки, присвячений подіям Першої світової війни, Europeana 1914–1918. Цей віртуальний архів, створений зусиллями співробітників бібліотек і архівів з восьми європейських країн, об'єднує понад півмільйона оцифрованих артефактів із часів великої війни. Ресурс представляє особисті документи, щоденники, листи, карикатури, карти, фото- і кінодокументи, пов'язані з Першою світовою війною. Цікаво,

що тисячі об'єктів були надані приватними особами із сімейних архівів – організаторами була передбачена функція, за допомогою якої кожен може завантажити в архів власний матеріал, пов'язаний із цією темою, поділившись родинними спогадами з іншими. У результаті «сімейні» досье на 90 тис. учасників Першої світової війни стали не менш важливою частиною проекту, ніж музейні експонати. Документи, зібрані шляхом краудсорсингу ²⁰, заповнюють наукові прогалини, акцентуючи увагу не на політико-військових аспектах Першої світової війни, а на соціально-культурних нюансах.

Перспективність подібних проектів загалом і в Україні зокрема підтверджується підтримкою й популярністю проекту «Моя Україна: Спогади та самобутність» (російськомовний варіант проекту має ще промовистішу назву «Моя Украина: Осознавая себя через память»), який покликаний демонструвати повернення українців до «своїх родинних коренів, які допомагають їм зрозуміти, ким вони є сьогодні», коли «країна продовжує боротися за право створити власну самобутність у ХХІ ст.». Кореспондент радіо «Свобода» Д. Сінделар (чеська журналістка) відвідала шість українських міст: Київ, Львів, Ужгород, Одесу, Дніпропетровськ і Харків. Вона розмовляла з місцевими мешканцями про їхні старі сімейні фотографії. Чотирнадцять українців поділилися своїми історіями й фотографіями для проекту «Моя Україна» [10]. Обговорення проекту на Facebook-сторінці Radio Svoboda ²¹ засвідчило високий інтерес серед

²⁰ Краудсорсинг (crowdsourcing) – інновація, основана на залученні добровольців до виробництва або поширення товарів і послуг, генерування нових ідей та рішень.

²¹ Facebook-сторінка Radio Svoboda. Допис від 28 січня 2015 р. (<https://www.facebook.com/radiosvoboda/photos/a.395208537553.179394.177288837553/10152514218482554/?type=1>). Тут і далі як приклади наводяться найбільш показові, на нашу думку, коментарі, та такі, що отримали найбільшу підтримку (у цьому дописі – сотні «вподобань» учасників обговорення).

українців до родинної пам'яті: з одного боку, як власне фамільної історії, з іншого – як до фокусу осмислення історії країни й народу через минуле власної родини. Цей допис отримав понад 11 тис. уподобань, понад 1 тис. 323 поширення й понад 200 коментарів. Приватний погляд проявляється в коментарях, що говорять про збереження й віртуальну презентацію фамільної історії: підтримується ідея створення аналогічних проекту віртуальних фотогалерей; висловлюється готовність оприлюднити історію сім'ї чи навіть даються короткі нариси з родинної історії безпосередньо в коментарях. Достатньо потужно представлене розуміння національного виміру сімейної історії: «[...] фотографії [...] з реальною долею – історія не лише особистості, родини, а й країни!!! Такі історії вчитимуть нащадків краще, ніж будь-які підручники!»; «это тоже способ борьбы за нашу независимость. Всем бы нам собрать такое, и тогда станет понятно, за что мы боремся. Ведь наша жизнь – это не только настоящее, это прошлое, которое нужно знать и сохранять. Ведь главный месседж Путина – стереть с лица земли наше самоосознание, которое есть память!».

Публічний простір сімейної історії відбивається в усвідомленні її політичного наповнення, переживання й осмислення трагічних доль своїх предків протягом ХХ ст. «[...] Я знаю від старших, що багато сімейних фотографій нищили, щоб не нашкодити родині. Так стиралась пам'ять поколінь. І ставали люди Іванами “непомнящими”. У нас так і трапилось. По лінії мами, крім імен її батьків, не знаю нічого. Мені говорили: “Воно тобі не треба. А фото втрачені, бо була війна, евакуація і повернення на згарище”». «Как не истребляли террором и голодомором украинцев, не издевались и не уничтожали вольный дух нации, не успели большевистско-коммунистские палачи из ЧК, НКВД, КГБ и ФСБ уничтожить в Украине

национальную самоидентичность, самосознание и украинскую государственность. И эти фотографии лучшее подтверждение тому, что существует неразрывная связь поколений украинцев [...]».

Помітно, що звернення до сімейної історії є важливою складовою усвідомлення власного українства через корені або навіть усупереч їм: «[...] Я родилась в Харькове и живу там же. По корням 100 % “русская”. Но [...] люблю и обожаю УКРАИНУ! И чувствую себя украинкой!». Подібні проекти актуалізують символічний простір пам'яті й національної свідомості загалом. Показовими є висновки однієї з учасниць обговорення, яка розповідає власну історію про бабусину вишиванку, що її отримала в дитинстві, але не носила, оскільки «*на то время это был отстой, жлобство, как и все, что связано с украинской культурой*». Сьогодні, коли подарунок і символ став для неї актуальним («*только в прошлом году я с трепетом ее достала и надела*»), з'являється усвідомлення зв'язку між поколіннями, сімейними реліквіями та ідентичністю: «[...] *как пелена с нас сходит, шкура слазит – как же нас в детстве и юности [...] СЕБЯ ненавидеть натаскали...*».

Також досить показовою можна вважати реакцію користувачів на поширення Facebook-сторінкою Національної юридичної бібліотеки Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського (далі – НЮБ НБУВ) статті «Як віднайти своє коріння. Де українцям шукати інформацію про забутих предків? 10 корисних посилань». Ця публікація від 25.10.2015 р. за добу отримала рекордне охоплення – понад 900 користувачів. Отже, затребуваність і перспективність проектів, пов'язаних із фамільною історією, краєзнавчими розвідками, може вважатися характерною рисою сьогоденних інформаційних потреб.

Сьогодні більшість теоретиків інформаційного суспільства визначають Інтернет, фіксуючи в першу чергу його соціальні характеристики. Маршалл Маклюен стверджує, що Інтернет пов'язаний з процесами кооперації та об'єднання, властивими комунікації в середовищі Інтернет. Дж. П. Барлоу розуміє під Інтернетом простір свободи і незалежності нового покоління людей. Е. Кролл зауважує, що якщо спробувати визначити Інтернет одним словом, то це слово буде спілкування: «спілкування між окремими людьми і цілими народами без втручання уряду» [25, с.5]. Л. Шедлетські і Дж. Ейткен підкреслюють також, що інтернет-комунікація інтенсифікує міжособистісні відносини, що проявляється у соціалізації та консолідації як окремих індивідів, так груп і співтовариств в цілому. Загалом у працях із соціології та соціальної психології Інтернет розглядається як «простір соціальної взаємодії» («sozialer Handlungsraum»), «в якому люди спілкуються між собою за допомогою текстів в синхронному та асинхронному режимах» [47, с. 409].

Прикладом такої соціальної взаємодії може слугувати потужний проект Європейської цифрової бібліотеки, присвячений подіям Першої світової війни "Europeana 1914-1918". Цей віртуальний архів, створений зусиллями співробітників бібліотек і архівів з 8 європейських країн, об'єднує понад півмільйона оцифрованих артефактів з часів Великої Війни. Ресурс представляє особисті документи, щоденники, листи, карикатури, карти, фото- і кінодокументи, пов'язані з Першою світовою. Тисячі об'єктів були надані приватними особами із сімейних архівів – організаторами передбачена функція, за допомогою якої кожен може завантажити в архів власний матеріал, пов'язаний із даною темою, поділившись родинними спогадами з іншими. В результаті «сімейні» досє на 90 тис. учасників Першої світової стали не менш важливою частиною проекту, ніж музейні експонати.

Документи, зібрані шляхом краудсорсингу²², заповнюють наукові прогалини, акцентуючи увагу не на політико-військових аспектах Першої світової війни, а на соціально-культурних нюансах.

Фактично, кількість прикладів успішних довготривалих краудсорсинг-проектів, реалізовуваних в процесі акумуляції інформаційних ресурсів, збільшується і вже нині можна говорити про значний потенціал багатьох із них. Достатньо активно використовують ці технології бібліотеки, музеї, архіви як «установи пам'яті». Так, наприклад, Національна бібліотека Австралії що започаткувала декілька проектів із залучення добровольців до процесів збереження культурної спадщини, забезпечивши технічну основу їх реалізації – розробивши web-платформи, які можуть використовуватись для різної колаборативної роботи користувачів. Це такі проекти, як «Picture Australia» для збору цифрових зображень, що відбивають історію та сучасність країни, «FamilySearch Indexing», який передбачав поцифрування наявних у бібліотеці документів – за три роки реалізації в проекті взяло участь понад 160 тис. добровольців, які за допомогою встановлення безплатного програмного забезпечення на власні комп'ютери, завантажували цифрові зображення рукописних сторінок, транскрибували їх та розміщували на сайті бібліотеки. Програма Національної бібліотеки Австралії з поцифрування історичних австралійських газет передбачала участь широкої громадськості в процесах редагування поцифрованих текстів, за п'ять років понад 5 тис. волонтерів відредагували 100 млн. рядків тексту статей, що охоплювали період 200 років історії Австралії. Фахівці проекту підрахували,

²²Краудсорсинг (crowdsourcing) – інновація, основана на залученні добровольців до виробництва або поширення товарів та послуг, генерування нових ідей і рішень.

що робота, виконана користувачами, еквівалентна 270 рокам стандартної роботи бібліотечних працівників. Національний архів Австралії реалізував краудсорсинг-проект «The Hive», головною метою якого також є розшифрування колекцій та поліпшення доступу до записів, але реалізація цієї програми пов'язана зі складнішим багатоетапним процесом опису архівних документів та необхідністю посиленої координації роботи волонтерів. Подібні завдання з поцифрування історичних документів реалізуються в межах волонтерської програми Національної бібліотеки Фінляндії «DigitalKoot»,: спеціальні веб-платформи перетворили складні завдання з обробки мільйонів сторінок історичних газет, книг, журналів онлайн-ігри, що залучили 25 тисяч добровольців з Фінляндії, США, Швеції та Великобританії до збереження культурної спадщини. Подібні програми з колективного поцифрування об'єктів культурної спадщини нині є найпоширенішою краудсорсинг-ініціативою та реалізуються в багатьох бібліотеках світу.

За ініціативою та за сприяння Національної бібліотеки Німеччини добровольці Wikimedia Deutschland працювали над встановлення посилань між записами електронного каталогу й авторитетних файлів бібліотеки та ресурсами Wikipedia. У багатьох зарубіжних бібліотечних установах останнім часом набула поширення практика соціального тегування, що передбачає самостійне надання добровольцями ключових слів записам в електронному каталозі та подальше їх лінкування з іншими цифровими інформаційними об'єктами, такими як анотації, зміст, рецензії, веб-сайти, зображення, коментарі, відгуки, відео тощо. Наприклад, Бібліотека Конгресу США у своєму акаунті в мережі Flickr пропонує користувачам додавати теги та коментарі до фото в колекціях «1930s-40s in colour» та «News in the

1910s»; закликає допомогти ідентифікувати людей та фотографів у колекції «Liljenquist Family Collection of Civil War Photographs». Національний архів США започаткував проект «Citizen Archivist», метою якого є підвищення доступності історичних документів завдяки розшифруванню рукописних та друкованих документів, тегуванню, створенню нових та оновленню існуючих Wiki-сторінок архіву (WikiProject NARA), обміну цифровими зображеннями між дослідниками.

Загалом Інтернет як особливий тип комунікації передбачає діалогічність, постійний і повноцінний зворотний зв'язок, реалізований в нових комунікативних форматах, що визначає його демократичність і креативність.

3.2. Культурні змісти в електронному середовищі та їх світоглядний вимір

Своєрідність перебігу процесів міжособистісного сприйняття в Інтернеті призводить до того, що територіальна доступність і фізична привабливість втрачають своє регулююче значення, а спілкування будується завдяки подібності установок, переконань і цінностей. Основними категоріями соціальної мережі є довіра, думка, вплив та репутація [27, с. 92]. У результаті інтернет-комунікація інтенсифікує міжособистісні стосунки, що проявляється у соціалізації та консолідації як окремих індивідів, так і груп та співтовариств у цілому, і сприяє реалізації інтеграційної функції соціальних медіа – формуванню колективної ідентичності через об'єднання авторів за життєвими позиціями й інтересами, цим самим перетворюючи соціальні медіа у «простір соціальної взаємодії» [28, с. 98].

Фактично інтернет-простір через електронні бібліотеки, файлообмінні колекції, віртуальні музеї, комунікацію в соціальних мережах охоплює всі площини формування і транслявання національного нарративу: літературу, мистецтво, кінематограф як смислоутворювальні й утверджувальні проекти; гуманітарні дослідження, що є механізмами соціокультурного синтезу; систему інституцій пам'яті (музеї, архіви, бібліотеки), що сприяють укоріненню нації в історії; спорт як засіб згуртування спільноти і потужний чинник ідентифікації з нею; символізацію національного буття (уведення в інформаційний простір національної символіки); масові заходи, національні свята і театралізовані дійства. Ці традиційні практики в інтернет-просторі або

інтенсифікуються, або набувають нових рис, або ж продукують нові, нехарактерні для оф-лайнних дискурсів.

Інтернет створює додаткові можливості залучення користувачів до спільної участі у медійних ритуалах національної радості та скорботи: візуальне оформлення скорботи чи, навпаки, потік привітань із національними чи релігійними святами створює ефект одностайної участі членів спільноти у важливих для всіх подіях, а соціальні медіа надають додаткових характеристик і ефекту прямої участі. Характерним прикладом може бути також масова зміна аватарів²³ учасників української фейсбук-спільноти на траурні (зображення свічки чи заплаканого обличчя) у зв'язку з початком війни та наступний активний сплеск поширення патріотичних мотивів у самопрезентації учасників (використання національних кольорів, символіки, військових елементів, тематичних зображень).

Саме в останні два роки відбувалося активне продукування контенту, пов'язаного із утвердженням національної символіки в українському просторі. Як приклад можна навести появу вражаючих за своєю експресивністю відео з виконанням Гімну України різними мовами представниками різних етносів української нації, професійними співаками і спортсменами, воїнами, дітьми, учасниками Євромайдану. Пошукові системи на запит «Гімн України» видають десятки тисяч відеосюжетів, деякі з них мають понад мільйон переглядів.

Під час знакових подій має місце не просто одночасне поінформування/участь, що вже саме по собі створює ефект спільного переживання, а й спільна дія – обговорення концепції, виготовлення /

²³ Аватар – невелике зображення (фотографія або малюнок), розміщене у профілі зареєстрованого користувача форуму, сайту, соцмережі разом з ніком (псевдонімом), покликаний презентувати користувача в комунікації.

поширення святкової атрибутики (відеоролики, інтернет-листівки тощо), привітання. Показовими можна вважати дискусії навколо святкуванням Дня Незалежності в умовах воєнних дій на Сході України, спровоковані виступами окремих учасників інтернет-спільноти проти параду, із паралельними дискусіями щодо суті самого свята. Наприклад, один з популярних фейсбукерів, волонтер, музикант і блогер А. Мочанов у інтерв'ю телеканалу Blacksea tv заявив про «штучність» і «на'язаність» українських національних (державних) свят; після розголосу відповідний ролик на відеохостингу YouTube має понад 100 тис. переглядів. «Независимость в результате путча и ГКЧП Язова-Янаева 1991 года досталась нам в подарок, в наследство от совка. С этим наследием мы и живём вот уже без двух недель 24 года. Кровь мы за свою Независимость тогда не проливали, флаг над Верховным Советом, ставшим Верховной Радой, появился без боя», – написав, пояснюючи на своїй Фейсбук-сторінці висловлену позицію, А. Мочанов [29]. До обговорення долучилися десятки популярних блогерів і їхні читачі [30]. Сумарно йдеться про інтерактивну аудиторію, що забезпечує сотні тисяч переглядів і тисячі коментарів.

Загальноновизнаним можна вважати той факт, що Україна на сучасному етапі зіткнулася з агресією, яку фахівці найчастіше визначають як «гібридну війну», вказуючи на зростання в ній значення інформаційного чинника, який в окремих випадках стає самостійним складником і виявляється не менш важливим, ніж військовий ²⁴. Показовим є обставина, на яку звертає увагу В.

²⁴ Так, зокрема, рекомендації парламентських слухань на тему: «Обороздатність України у ХХІ столітті: виклики, загрози та шляхи їх подолання» констатують, що «основною формою реалізації воєнно-політичних інтересів Російської Федерації стосовно України, як показали останні місяці, є “гібридна війна”, яка поєднує в собі елементи інформаційної, торговельної, газової війн, воєнної агресії, окупації, тероризму, активізації криміналітету, партизанської, диверсійної та громадянської війн». Див.: Постанова Верховної Ради України «Про Рекомендації парламентських слухань на тему: “Обороздатність України у ХХІ столітті: виклики, загрози та шляхи їх подолання”» // Відом. Верховної Ради України. – 2014. – № 36. – Ст. 2003.

Горбулін, аналізуючи особливості «гібридної війни»: чи не найперше, що зробили різноманітні «ополченці» та «зелені чоловічки» на окупованих українських територіях, це відключили українські телеканали та масовано включили російські. Таким чином, формування єдиного й повністю контрольованого інформаційного простору – очевидна стратегія розгортання інформаційного складника конфлікту з боку агресора [30, с. 9]. На попередніх етапах інструментом інформаційної експансії на пострадянські території ставали не лише комерційні інтереси власників українських ЗМІ, а й політичні структури, зокрема СНД. Так, розробивши Концепцію формування інформаційного простору Співдружності Незалежних Держав [31], Москва намагалася встановити «правила гри» для всіх держав-учасниць колишнього СРСР, за виключенням прибалтійських країн, які принципово не співпрацювали з проектом нового СРСР. Московські можновладці обґрунтовували свою позицію так званими «стратегічними інтересами країн СНД».

Крім того, варто констатувати надзвичайно високий (не виключено, що неприйнятний висновок про це повинні зробити медіа-експерти за результатами ґрунтовного аналізу) рівень відкритості українського інформаційного простору для смислів, ідеологем, міфів, продукованих російськими ідеологами. Для значної частини українців донедавна український та російський простір уявлявся як практично спільний, як мінімум на побутовому рівні; російська точка зору аналогічна, з тією лише різницею, що побутує не лише на особистому, а й на науковому та правовому рівнях²⁵.

²⁵ Ідеться, зокрема, про включення в наукове визначення поняття «російська блогосфера» «місцевих» українського, білоруського та інших сегментів і поширення російського «законодавства про блогерів» у випадку, якщо «блогер пише російською або іншою мовою народів РФ, привертає увагу російської аудиторії і

Характерно, що аналогічні підходи визначають і політику західних компаній. Так, доволі показовою в цьому контексті є ситуація, що склалася навесні 2015 р. навколо українського прокату американського трилера «Номер 44», точніше, його скасування фактично за розпорядженням російської цензури з причини «спотворення... образів і характерів радянських громадян тієї історичної епохи» (дія фільму відбувається у 1952 р. у СРСР). Стрічка, яка вже отримала прокатне посвідчення від Державного агентства України з питань кіно, не була показана в українських кінотеатрах, оскільки правовласник «на території СНД», російська компанія «Централ партнершип», відкликав ліцензію. Тобто фактично вже на етапі відкритого протистояння, у той час, коли Верховна Рада забороняє пропагандистські російські фільми, а громадськість оголошує їм бойкот, Мінкульт Росії залишає за собою право диктувати не лише росіянам, а й мешканцям України та інших країн СНД, що їм дивитися. Цей показовий випадок доводить, що вітчизняний кінопрокат усе ще залежить від російських компаній, які купують права на показ фільмів не лише в Росії, а й на всій пострадянській території, причому для зарубіжних кіновиробників така модель співпраці з умовним «пострадянським ринком» видається не просто вигідною (замість кількох невеликих кіноринків, один кіноринок), а й природною.

Повертаючись до теми залежності українського прокату від російської дистрибуції, наведемо точку зору голови Бюро української кіножурналістики С. Васильєва: «В умовах ідеологічної війни Росії проти України цей кричущий випадок цензурного обмеження доступу до твору художньої культури – який до того ж у суспільній думці “легалізує” піратський

розміщує свої матеріали на російських майданчиках». Див.: Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства: [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горвий, В. І. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2014. – 260 с.

перегляд фільму “Номер 44” (адже в Україні інакше його не побачиш) – мусить бути не просто засуджений, а стати поштовхом до активних дій також і нашої кіноспільноти із формування нової архітектури відносин в аудіовізуальній сфері, минаючи посередництво Росії» [32].

Причини таких спроб закріплення України, за формулюванням українського культуролога Р. Кіся, «за Азією як її периферійної (цивілізаційно та культурно) частини» [33, с. 14] слід розглядати як комплексні – економічні, мовні, історичні, а також потужний вплив глобалізаційних чинників. Протидіяти подібним, украй небезпечним, як показала практика, процесам можливо лише через створення українського якісного – сучасного, динамічного, багатоманітного комунікативно-інтерпретативного середовища. У випадку з кінематографом, що продукує й поширює, впливаючи таким чином на суспільну свідомість, смисли та цінності, виходом має стати, по-перше, створення національного кіно (як андеграундного, ситуація з яким дещо краща²⁶, так і масового, що фактично за чверть століття незалежності представлений лише декількома успішними стрічками), так і української дистрибуції зарубіжних стрічок. Нагадаємо, ще у 2006 р. точилися дискусії довкола українського дубляжу. Уже тоді і прихильники, і противники цього процесу зазначали, що він відокремить кіноринок України. Проте згаданий вище Закон України «Про засади державної мовної політики» скасував норму про обов’язковість дублювання українською мовою, дозволивши поширювати, у тому числі і в кінотеатрах,

²⁶ Так, лише у 2014 р. українські стрічки отримали кілька десятків нагород на міжнародних кінофестивалях. Міжнародним проривом стала для України стрічка М. Слабошпицького «Плем’я» – єдиний український фільм, який брав участь у конкурсній програмі Каннського кінофестивалю, отримав там три нагороди та здобув так званий «європейський Оскар». Фільм став «відкриттям року», за версією Європейської кіноакадемії. У 2015 р. після понад 40 нагород на міжнародних кінофестивалях українська стрічка «Плем’я» М. Слабошпицького вийшла в обмежений артхаусний прокат у США. Причому після перших показів у Нью-Йорку кількість заявок від кінотеатрів на покази стрічки зросла з 30 до 50.

іноземні фільми мовою оригіналу, дублювати, озвучувати або субтитрувати українською або ж регіональними мовами за замовленням дистриб'юторів і прокатників з урахуванням потреб глядачів.

Що ж до медіа-простору України, то він практично не контролюється суспільством, неефективно (з точки зору інтересів громадян) контролюється державою і не є національним через домінування в ньому неукраїнського продукту – як західного, так і російського варіанта західного. Навіть в умовах російської агресії ця тенденція зберігається, що актуалізує компенсаційну функцію, притаманну інтернет-комунікації. Одна з визначних особливостей соціальних медіа полягає в тому, що вони, являючи собою поживне середовище творення й поширення інформації, ідей та контенту, за умов дефіциту або цілковитої відсутності певного медійного продукту здатні заповнювати порожнечу, пропонуючи власні заміники для задоволення попиту суспільства.

Так, за даними Книжкової палати України, щороку виходять у світ майже 300 нових творів у перекладі українською мовою, проте читачі відчують нестачу світових бестселерів з українським перекладом: або через відсутність перекладів тих книг, у яких зацікавлені, або з причин недостатньої доступності реалізованих (фінансова, географічна, розміри тиражів).

Якщо продукція сучасної світової кіноіндустрії представлена в українському дубляжі – в кінотеатрах, у продажу на DVD дисках, то кінокласика (загалом все зняте понад 15–20 років тому) – виключно в російському перекладі або в оригіналі. Оскільки до вільного володіння іноземними мовами багатьом українцям ще далеко, то шансів долучитися до абсолютної більшості шедеврів світового кінематографа поза російською ретрансляцією у них практично немає.

Відеоігри, що становлять певну частину дозвілля багатьох сучасних підлітків, українську локалізацію мають швидше як виняток. Це, наприклад, українські розробки початку 2000-х років, що здобули популярність у світі: серії «Козаки» – історична стратегія в реальному часі; шутер («стрілялка») S.T.A.L.K.E.R. По-перше, це розробки української студії GSC Game World, по-друге, події, відображені в обох проектах розгортаються на території України – козацького періоду та постапокаліптичної Чорнобильської зони відповідно. У ситуаціях, коли сюжет гри не передбачав українського елемента (а таких більшість), українські геймери використали англомовний оригінал або російські переклади. Лише 2012 р. вийшла гра Euro Truck Simulator 2 від німецького розробника SCS Software – перша відома неукраїнська гра з офіційним українським перекладом. Загалом із 10 тис. ігор офіційні і професійні переклади українською мають менше десяти. Аналогічна ситуація з українізованим програмним забезпеченням.

У зв'язку з цим формується викривлене лінгвокультурне середовище, коли інтереси українських читачів, глядачів, геймерів у принципі не можуть бути задоволені українською мовою, не кажучи вже про те, що локалізація передбачає часто і смислові нюанси: жарти, історичні чи етнічні акценти. Наприклад, в оригінальній версії комп'ютерної гри Sniper Elite головний герой рятував ядерні розробки Третього рейху від росіян, у локалізованій версії сюжет було змінено з урахуванням етнічної належності негативних героїв. Відтак молодь, споживаючи інформаційну продукцію з та для «російського світу» усвідомлює себе його частиною. Відповідно, офіційний дискурс, покликаний формувати ідентичність – освітній, науковий, художній, вступає у конфронтацію з дискурсом неофіційним, що, без сумніву, впливає на формування ідентичності, зокрема на збереження навіть у представників

нових поколінь незалежної України згаданих раніше контроверсійності в загальноукраїнському масштабі (умовні українська і радянська ідентичності) та атомізованості в індивідуальному вимірі (поєднання заявленої українськості із сприйняттям російського як «свого»).

В умовах дефіциту якісного українського контенту саме інтернет-простір пропонує компенсаційні механізми. По-перше, здешевлення інтернет-медіа згладжує неконкурентоспроможність українського виробника в оф-лайнному медіа-виробництві. По-друге, за відсутності або низької доступності з різних причин контент замінюється піратським або любительським. І хоча моделі споживання мають серйозні недоліки, важливою видається сама можливість задовольнити інформаційні потреби українських користувачів. Як правило, цьому слугують файлообмінні спільноти, що включають мережі (як комп'ютерні, так і користувацькі – з правилами, «рейтингами», форумами для коментування) спільного використання файлів, засновані на рівноправності учасників обміну [20].

Файлообмінні, чи, іншими словами, «піратські», спільноти – це не соціальні мережі в прямому розумінні, проте вони набувають низки характерних рис, що дає змогу говорити про них як про соціальні медіа [21]. В Україні файлообмінні спільноти популярні й поширені, причому головною причиною такої популярності є безкоштовність контенту – ідеться як про обмеженість можливостей легально оплачувати ліцензійний (більшість світових сервісів, призначених для цього, в Україні донедавна були недоступні, та й сьогодні ці можливості неповні), так і про високу вартість ліцензійного програмного забезпечення і контенту (в розвинутих країнах вона визначається високою платоспроможністю попиту, до того ж, в Україні вона вища, ніж у країнах Заходу і США). Дається взнаки й історично

сформоване полегке ставлення українців до прав інтелектуальної власності – більшість користувачів поширення медіа контенту не сприймають як щось незаконне та неетичне [22]. Нарешті, в Україні просто немає сервісу, який би пропонував подібну кількість контенту, яку пропонує, наприклад найбільший вітчизняний файлообмінник EX.UA, лише агрегуючи його на своїх ресурсах.

У контексті досліджуваної теми, не торкаючись багатоаспектної проблеми піратства, наголосимо, що файлообмінні спільноти виконують компенсаційні функції, особливо коли йдеться про український контент. Показовою тут є ситуація зі спробою закриття на початку 2012 р. силами МВС згаданого файлообмінника EX.UA як піратського ресурсу. Закриття EX.UA, на якому зберігалися не лише неліцензійні програми і фільми, а й особиста інформація користувачів, спричинило обурення, на різних інтернет-сервісах було викладено прості, але, як виявилось, дієві, хакерські програми для DOS-атак, а також інструкції в соцмережах щодо того, де їх знайти і як користуватись. Високий рівень координації акції дав змогу за кілька годин від її початку вивести з ладу сайти МВС, Президента, Партії регіонів та Служби безпеки.

Оскільки інтернет-протистояння досить активно обговорювалося мережевою спільнотою, це допомогло виявити мотиви настільки масового обурення. По-перше, цей крок було сприйнято як замах влади на особисті свободи, зокрема на поширення інформації в Інтернеті, як спробу взяти під контроль мережевий простір, на лояльність якого влада покластись не могла. По-друге, перекриття доступу до неліцензійного програмного забезпечення і контенту розглядалося як загроза відкинути Україну, абсолютна більшість населення якої не може дозволити собі ліцензійні програми, у свого роду «інформаційний кам'яний вік» [23].

Саме в контексті «справи EX.UA» публіцист і психолог О. Покальчук

досить влучно, на наш погляд, написав про мережеву ідентичність: «У нашому сегменті спрацював український феномен локальної ідентичності, яку злі дядьки намірилися забрати. Навіть не привласнити собі, що було б іще якось зрозуміло. А свавільно знищити! Просто ця ідентичність виявилася не територіальною, а цифровою. Це, звичайно, треба було вміти – так мобілізувати проти себе сучасну просунуту молодь. Мовчання цієї групи людей сприймалося як пасивність, а насправді воно було поблажливою зневагою, яка миттєво перетворилася на справжній бунт. Стара теза «спалити пана й тікати на Січ» реінкарнувалася в скоординовані атаки на «панські» сайти й ховання айпі-адрес через анонімайзери... молоді люди, які мають в активі чудове знання іноземних і комп'ютерних мов не як додатковий бонус, а просто «по факту». І, на їхню думку, на них раптово напали якісь напівдикі «кровосісі» з кам'яними сокирами свого безглузлого законодавства.» [24]. Ще один аргумент, який неодноразово висловлювався на захист файлообмінника – український контент. Силами користувачів EX.UA була зібрана величезна база, поміж усього, рідкісних україномовних книг і фільмів, яких ніде у вільному доступі знайти неможливо. Не більшістю користувачів, але помітною їх частиною спроба ліквідувати сервіс розглядалася як спроба обмежити поширення української культури.

Загалом організація користувачів з метою забезпечення культурних потреб у мережі не поодинокі. З найбільших українських ресурсів варто назвати файлообмінник українського контенту торрент-толоку «Гуртом», що має на кінець 2015 р. понад 700 тис. зареєстрованих учасників, які одночасно завантажують і роздають понад 104 Тб інформації – відео, музику, аудіокниги, програми, ігри, літературу. Тут зібрано унікальний контент – як за розмірами і різнобічністю колекцій, так і за наявними раритетними

виданнями чи відео. Показовою видається ситуація з «евакуацією українського контенту» з російського трекера Torrents.ru, який наприкінці 2009 р. оголосив про закриття розділів україномовних релізів, і відповідно, знищення всього зосередженого там контенту. Учасники «Гуртом» ухвалили рішення (увесь процес «евакуації» обговорювався і координувався через форум) [25] закачувати весь ексклюзивний контент. Колективно було проаналізовано контент кількох трекерів, виявлено релізи, відсутні на українських файлообмінниках, складено їх списки, розподілено релізи для завантаження з російського сайту, окремі учасники надавали іншим свої рейтинги та канали (дозвіл російського трекера та технічні можливості для завантаження відповідно) для перенесення матеріалів на український майданчик. Головним завданням стало «врятувати те українське, що є на тому сайті».

Про те, що активні учасники спільноти, евакуюючи український контент, обстоювали не банальне «споживацьке» піратство, свідчать заклики в релізах придбати за можливості закачаний контент – підтримати українських авторів. Показовою можна вважати і лояльність учасників українських файлообмінників до фактично першого повністю українського фільму «ТойХтоПройшовКрізьВогонь» М. Ілленка, що вийшов у прокат на початку 2012 р. Режисер стрічки у відкритому листі на сторінці фільму у Facebook звернувся до глядачів із закликом не дивитися і не викладати фільм в Інтернеті. М. Ілленко звертав увагу кіноманів на те, що безкоштовне поширення картини у мережі зручне для глядачів, але «для фільму – фатальне і остаточно знищує шанс на відтворення процесу виробництва, яке без повернення грошей через прокат неможливе».

У зв'язку з обговоренням фільму і прокату на тематичних форумах

неодноразово зустрічалися заклики «З торрентів не качати! Купуємо ліцензійне DVD! Своїх не піратити!». На торрент-толоці «Гуртом» фільм розмістили майже через півроку після виходу на екрани і із застереженням, що його викладено лише для ознайомлення, та закликом придбати ліцензійний диск для підтримки українського кіно.

Поряд з цим учасники спільноти здійснюють переклади та озвучують фільми українською мовою у рамках ініціативи «Хочеш кіно українською? Замовляй!». Вони або добровільно передають кошти на цю справу (озвучування кінострічок, мультфільмів, теле- та мультсеріалів, аніме тощо), або безпосередньо беруть участь у проектах із озвучування, локалізації чи оцифрування.

З метою сприяння розвитку українського культурного середовища започатковано громадянський рух «Гуртом», який опікується заповненням медіапростору доброякісним українським продуктом, його популяризацією та широким висвітленням інформації про нього. «Не можна сидіти і сподіватися лише на чиновників, міжнародну спільноту, диво чи на будь-що інше. Кожен має усвідомити свою відповідальність у побудові світлого майбутнього. Тому Рух робить опір перш за все на власні сили», – наголошує «Візія Руху».

Місія руху – зробити доступним українське культурне надбання та українізувати здобутки світової культури. Це здійснюється як поширенням усього українського в Інтернеті, так і популяризацією українського в суспільстві. Громадянський рух «Гуртом» є горизонтальною мережею активістів, яка не має єдиного керівника, органів чи посад. Діє принцип колективного лідерства: керівництво акціями та чинними проектами може брати на себе будь-яка особа, яка виявляє ініціативу та має необхідний досвід

для її реалізації. Рух не має фіксованого членства – «Гуртом» передбачає дієву участь, а не формальну. Будь-хто може вільно долучитися до руху, підтримавши його ініціативи, або запропонувавши свій проект, що відповідатиме меті та завданням руху. Учасників руху об'єднує спільна мета. Проте вони можуть мати різні ідеологічні, релігійні чи політичні погляди, а також етнічні, вікові, мовні чи інші відмінності. Це все не є предметом обговорення чи дискусії. Участь у русі розглядається як форма самореалізації і не передбачає фінансової чи іншої винагороди. Кожен активіст чи прихильник руху витрачає стільки власного часу, ресурсів та зусиль, скільки вважає за необхідне [26].

Отже, окрема група проектів, започаткованих на платформах соціальних медіа, є, з одного боку, вимушеним, компенсаційним механізмом, що формується в умовах неефективності держави та інших соціальних інститутів. З іншого – ці проекти виступають як універсальний соціальний механізм, що здійснює свої функції за відносної соціальної і групової солідарності й доповнює цим інші соціальні інститути.

Так, наприклад, кілька самостійних соціологічних досліджень засвідчили, що україномовні громадяни України на практиці відчують дискомфорт, спричинений тиском російської мови в публічному спілкуванні. Відповіддю інтернет-спільноти стала низка ініціатив, що мають на меті розширення україномовного простору, нерозвиненість якого, як вважають активісти, значним чином зумовлена тим фактом, що українізація маркування, сайтів, інструкцій не є ринковою необхідністю, оскільки не впливає на продажі товарів і послуг: україномовні користувачі готові йти на поступки і можуть спокійно користуватися російськомовним контентом. Такі ініціативи як мережевий громадський рух «Дріжджі» чи група «И так поймут!»

здійснюють моніторинг сфери обслуговування, маркування товарів, оформлення веб-сайтів та офіційних представництв у соціальних мережах, домагаються ведення українською мовою документації (у тому числі гарантії, інструкції, цінники тощо), програмного забезпечення приладів із відповідною мовою в інтерфейсах і меню тощо. Група «И так поймут!» добилася створення україномовних варіантів сайтів/сторінок аеропорту «Бориспіль», компанії ToyotaUkraine, «Балтика Украина», Hyundai, київського дилера автомарки «FiatІталавто» тощо.

Культурних смислів у дискурсивному просторі набирають навіть банальні побутові практики, як, наприклад, споживання їжі, що попри індивідуальний характер на перший погляд, є явищем багатоаспектним – їжа не може бути зведена до процесу задоволення фізіологічних потреб, навпаки, створює простір для своєї культурної символізації. Така, на перший погляд, банальна подія, як спільна трапеза входить, утім, до сфери суспільної взаємодії, їжа в ній стає символом, знаком. Кулінарні та гастрономічні символи певного суспільства здатні виступати ідентичнісними маркерами (допомагають визначати «своїх» та проводити демаркаційну лінію в процесах іншування), бути механізмами об'єднання культурного та фізичного простору і тим самим активізувати інтеграційні, консолідаційні процеси внутрішньогрупової взаємодії.

Вперше зв'язок повсякденного харчування з системою культури був описаний у працях представників школи «Анналів», зокрема Ф. Броделя, який зробив спробу систематизованого дослідження гастрономічної культури в контексті епохи, а також її соціальних функцій. У роботах К. Леві-Стросса, П. Бурдьє, Т.Веблена їжа розглядається як один із видів специфічного культурного коду. Сучасні західні дослідники розглядають процес

приготування і споживанні їжі в рамках досліджень повсякденності, як носій низки культурних значень, чинник самоідентифікації людини, індикатор культурної, національної, расової приналежності. Таким чином на сьогодні проблема дослідження гастрономічних практик формує галузевий напрямок соціокультурних досліджень, що тематизується як «food studies» і об'єднує істориків, етнографів, антропологів, соціологів, які розглядають їжу як соціокультурне явище, симбіоз історичних, соціальних і культурних контекстів.

Відзначимо, що згадана вище культурна символізація їжі може мати етнічний, локальний, статусний, релігійний чи інший характер, що виводить food studies в поле досліджень ідентичностей. У цьому контексті привертають увагу рефлексії французьких дослідників В. Райт і А. Аннес навколо розуміння харчових кордонів і «розрізнення» націй як стратегії, спрямованої на зміцнення національної ідентичності. Автори, виходячи з тези про продукти харчування та харчові звички як символічні маркери культури, фактори формування індивідуальної та колективної ідентичності, обґрунтовують висновок, що харчування окреслює соціальні, культурні, національні кордони і є водночас важливою ареною, де національні ідентичності часто підважуються, а часом і зовсім переписуються [1]. З точки зору дослідження їжі у контексті ідентичнісних практик цікавими видаються також розвідки у галузі культурної антропології, присвячені вивченню взаємозв'язку їжі і пам'яті [2, 3].

Для дослідження соціокультурного контексту їжі і практик, пов'язаних із нею, перспективним видається виділення явища гастрономічної культури, яку розуміють як сукупність національної кулінарної традиції (набір страв із специфікою їх приготування); практик, пов'язаних із споживанням їжі,

типових для даного народу; та гастрономічної рефлексії – уявлення про те, чим є їжа, яке її місце в житті людини й суспільства, що таке національна їжа, а також пошуками особливого та ексклюзивного у ній [4]. Ця рефлексія, власне, і формує спеціальний дискурс. Проведений російською дослідницею Н. Кацуновою дефініційний аналіз змісту ключових понять дозволяє, виходячи з мети дослідження, визначити його як кулінарно-гастрономічний: кулінарний при цьому охоплює тексти, що описують технології приготування їжі взагалі, тоді як у понятті гастрономії на перший план виходить тлумачення її як мистецтва, здатність оцінити вишуканий смак їжі [5].

Смислотворча для кулінарно-гастрономічного дискурсу рефлексія може мати різні форми – це і твори мистецтва, що торкаються теми їжі, і особливий «кулінарний» жанр, що знаходиться на межі літератури та публіцистики і створює в художніх тестах образи їжі і кухні; спеціальна література – кулінарні книги зі специфічною граматиною, семантикою, прагматикою та візуальним рядом, що об'єднують рецепти, які є артефактом культури, продуктом кулінарної традиції [6, с. 56]; кулінарні шоу, які можна розглядати як специфічний, візуалізований і насичений усною риторикою навчання й інформування аналог кулінарної книги [7, с. 90].

Розвиток Інтернету як особливого комунікативного середовища призводить до трансформації названих форм гастрономічної рефлексії, у першу чергу, з акцентом на їх інтерактивність, візуальність та зростання ролі користувачького контенту та до формування нових, таких, як кулінарні сайти, блоги, форуми, навіть комп'ютерні ігри. Популярною останнім часом є візуальна репрезентація їжі на особистих сторінках в соціальних мережах. Такі публікації можуть розглядатися або як статусні чи самопрезентаційні,

або ж як нові форми соціальної солідарності на основі спільного гастрономічного досвіду, який транслюється візуальними каналами ЗМІ та Інтернету.

Відзначимо, що в даному дослідженні їжа як така не є предметом вивчення – йдеться про осмислення залученості в ті чи інші соціальні відносини через гастрономічні практики в інтерактивному просторі мережі Інтернет. Відповідно, дане дослідження має на меті з'ясувати, як транслюються традиції харчової культури в умовах «глобального села», дослідити, як рефлексується, усвідомлюється ідентичність через зв'язки з гастрономічними традиціями, в яких саме аспектах кулінарно-гастрономічний дискурс є ресурсом формування та підтримки етнічної, регіональної, національної ідентичності.

Реалізація поставленої мети передбачає застосування методу включеного спостереження – участь дослідника у інтернет-комунікації соціальних медіа з метою виявлення дискурсивних ситуацій та текстів, значимих для дослідження (дані зібрані протягом 2013-2016 рр.); методів аналізу та соціально-культурної інтерпретації текстів, що належать до українського кулінарно-гастрономічного інтернет-дискурсу. В якості одиниць аналізу виступають суб'єктивні значення і почуття, а не факти і події. Концепт їжі дозволяє звернутися до сфери матричних, культурних значень їжі, вироблених і підтверджених у процесах соціокультурної взаємодії.

Матеріал, на якому здійснюється дослідження, охоплює різні форми гастрономічної рефлексії. В якості зразку кулінарної прози взято цикл есеїв української журналістки С. Пиркало – її збірка «Кухня егоїста» стала результатом інтернет-колумністики. Автор тематизує жанр власної книги, означуючи його як "тексти про їжу, світ і ментальність", що народилися з

"щотижневої колонки із такими собі кухонними балачками про все на світі" [8].

Автори блогів – як кулінари-професіонали, так і любителі, публікують опис та фото своїх гастрономічних експериментів чи досвіду. Окрім рецептів, блог може містити більшу або меншу культурологічну (походження страви), валеологічну (вказівка на корисні або лікувальні властивості), комеморативну (апеляція до спогадів, пов'язаних із стравами) складову. Дотичними до кулінарних блогів є неспеціалізовані персональні сторінки в соціальних мережах, автори яких спорадично звертаються до гастрономічної тематики. В якості об'єкту дослідження першого типу текстів було обрано сторінки львівської кулінарної блогерки Пані Стефи – ресурси цього автора (сайт «Пані Стефа. Переписи і нотеси» (<http://panistefa.com>) та Facebook-сторінка є спеціалізованими кулінарними ресурсами. У свою чергу, особисті Facebook-сторінки письменника Богдана Марциняка Волошина, політика Віталія Чепиноги (Vitalii Cherupoga), блогерки Татусі Бо, хоч і не є власне кулінарними, містять популярні дописи, що торкаються теми їжі і кулінарії. Критеріями для відбору репрезентативних сторінок стали: по-перше, представленість значимих текстів – не просто рецептів, а власне рефлексії на тему гастрономічної культури; по-друге – рівень залучення аудиторії. Йдеться не лише про кількість читачів блогера²⁷, а і, що не менш важливо, – взаємодією з ними: наявність вподобань, передруків, коментарів до

²⁷ Богдан Марциняк Волошин має 2,5 тис. читачів; Пані Стефа – понад 7 тис.; Татуса Бо – 37,5 тис.; Vitalii Cherupoga – 91,5 тис. Водночас ці показники не враховують публікації авторів на інших інтернет-ресурсах (наприклад, частина дописів Татусі Бо на її Facebook-сторінці виявилися недоступними для читачів після блокування, тому представлені на ресурсі «Репка клуб») та передруки їх дописів іншими популярними користувачами, що може істотно розширювати аудиторію завдяки характерному для соціальних мереж «вірусному поширенню» чи навіть перетворенню авторських текстів на інтернет-фольклор.

авторських дописів. Популярні дописи завдяки такій взаємодії утворюють треди, що включають не лише авторський текст, а і сотні, інколи – тисячі коментарів читачів.

Аналіз текстів інтернет-дискурсу, об'єднаних темою кулінарії, дозволяє зробити висновок про те, що колективна рефлексія навколо гастрономічних практик має потенціал як посилювати солідаризаційні процеси всередині соціальної групи, так і визначати кордони між своїми й чужими. Ілюстрацією до цієї тези може бути «тема борщу» як українського символу, регіональної константи та національного бренду. Говорячи про цю страву, учасники українського кулінарно-гастрономічного дискурсу визначають її як нематеріальну цінність: *«сакральні рецепти»*, *«это религия, сексуальная ориентация, все!»*, *«...Борщ - це не купа капусти й буряка з водою, а поштишо національна ідея.. Особенно якщо з квасолею...»*²⁸. Борщ зустрічаємо як символ ностальгії за домом і миром у вислові бійця АТО: *«...у найважчі хвилини я думаю про якісь банальні речі. Наприклад про борщ. Це як оберіг... Я знаю, що я залишуся тут, на цій землі, поки не поїм борщу... І тоді мені стає спокійно... Бо до борщу ще далеко, значить будемо жити...»*. Така оцінка абсолютно резонує із побажаннями інших учасників обговорення: *«Хай Бог допоможе їм повернутися живими, до маминого борщу!»*, *«Борщу вам, хлопці! - нове українське побажання. Аж серце зацеміло. Це означає: вижити попри все!»*.

Ситуації, в яких має місце «замах» на український борщ (чи то варіаціями рецептів зарубіжних кулінарів, чи то визначенням страви як російської чи польської) вимагають чіткого смислового розмежування – м'якого, якщо

²⁸ Збережено мову та орфографію авторів. Варто відзначити існування в українському сегменті Інтернет-простору практики стилізації мови під «суржик» для підкреслення іронічності і неформальності допису.

йдеться про європейську кухню: «у поляків – що завгодно, але не борщ», «Похожа свиня на коня, тільки хвіст не такий..»; і достатньо експресивного, з протиставленням на стереотипах, у випадку «російської експропріації»: «Український борщ то надбання людства. Нарівні із Парфеноном і пірамідами. Тому має охорятися ЮНЕСКО. Всяке порушення рецепту і дебільні зміни мають каратися як кримінал. За спробу зварити борщ без квасолі - штраф і позбавлення волі до двох років. Також за використання свякли замість буряка довічне ув'язнення. А за вживання ідіотського виразу "русській борщ"- повішення», або «расейський борщ це "щи" – напів гнила капуста з водою. Ніякого відношення до Українського борща». У цьому контексті є цілком очікуваним переведенням кулінарної дискусії у площину політичну: «рашистська пропаганда продовжує доказувати що "ми – адін народ"».

Традиції приготування борщу здатні виступати територіальним маркером: «Україні варто добиватися заборони варити борщ за межами периметру Полтава-Одеса-Галичина-Дніпропетровськ-Слобожанщина-Чернігів-Житомир...» і регіональною константою: різноманітність локальних чи сімейних рецептів лише підкреслює загальнонаціональну унікальність. Загалом образи регіонів достатньо часто транслуються через гастрономічні особливості – львівський сирник чи одеські «синенькі»; в цьому ж ключі можна розглядати самоіронічне чи ліричне зображення локальних гастрономічних особливостей, як от «мистецтво їсти карпову голову запеченої риби», що є «найпишнішою стравою у родинах галицької інтелігенції і дрібних службовців, що походять зі шляхетних, але зубожілих родів». Обговорення подібних тез, як правило, супроводжуються свого роду «перекличками» у коментарях: учасники в коротких репліках вказують

регіон і особливості приготування певного блюда чи кухні загалом. Часто в одному треді наводяться сотні коментарів, що підкреслює регіональну різноманітність як основу багатства національної кухні та, водночас, підґрунтя для єдності, протиставляючи, фактично, цю ідею маніпулятивному дискурсу щодо деструктивного потенціалу українського регіоналізму.

Окрім цього, важливим мотивом українського кулінарно-гастрономічного дискурсу є звернення до забутих традицій, докладення зусиль до їх відновлення і одночасна – задекларована або не артикульована відмова від безликої, дефіцитної і уніфікованої радянської кулінарної традиції. Так, Світлана Пиркало характеризує менталітет українців через ті страви радянської кухні, що стали складовою сучасної української – «олів'є, котлети, торт Наполеон» - йдеться про консервативну прихильність до страв, де *«всі продукти покришені, змелені, перемішані один з одним»*, - і не мають окремого смаку, як і люди, що на той час мали бути *«коліщатком і гвинтиком одного єдиного механізму...»*. Автор закликає до змін у національній свідомості, в тому числі і в кулінарії: *«час розжитися здоровим європейським егоїзмом - як у житті, так і на кухні»* [8]. При цьому достатньо потужним залишається і протилежний – ностальгійний радянський кулінарний дискурс з ідеалізованою «пам'яттю» чи уявленнями (серед учасників ностальгійних спільнот досить багато молоді, людей, які в силу вікових особливостей не можуть пам'ятати події радянської доби) про щирість сімейних застіль та тугою за «золотим віком» екологічно чистих і натуральних продуктів. Кулінарні мотиви, апеляція до гастрономічних аргументів займають істотне місце у інтернет-дискусіях щодо радянського минулого.

Окремим напрямком дослідження може бути святковий гастрономічний дискурс, наприклад, різдвяний чи великодній, коли мільйони учасників публікують фото святкових страв, діляться сімейними рецептами та традиціями святкування. Популярність подібних дописів настільки висока, що в таких обмінах гастрономічним досвідом бере участь навіть вище державне керівництво – прикладом може бути допис на Facebook-сторінці Петра Порошенка від 9 квітня 2015 р. «Рецепт святкової паски від Марини». При цьому прес-служба президента очевидно слідує за загальнонаціональним трендом і використовує його – фактично йдеться про розширення комунікативних можливостей – символічний обмін образами їжі створює особливі форми соціального спорідненості [7]. Йдеться, відповідно, про своєрідну форму бенкетування – колективну (віртуальну у даному випадку) трапезу, нові форми соціальної солідарності на основі спільного гастрономічного досвіду, який транслюється візуальними каналами ЗМІ та Інтернету.

Отже, історичні функції гастрономічних практик як чинників ідентифікації та інтеграції доволі рельєфно фіксуються дослідженнями, незважаючи на впливи глобалізаційної уніфікації. Хоча повсякдення в сучасному мультикультурному місті має тенденцію до розмивання національних відмінностей, та все ж зберігається актуальність традицій – як сімейних, що дозволяють підтримувати міжгенераційну єдність, так і локальних та етнонаціональних, здатних служити свого роду способом вкорінення у мінливому світі. Тому попри динамічність сучасних харчових ритуалів, висновок про гастрономічну культуру як ресурс національної ідентичності залишається актуальним.

Дослідження громадської думки, особливостей і шляхів її формування є актуальним завданням в досить широкому полі соціокультурних досліджень, пов'язаних із аналізом функціонування інформаційного поля та з точки зору бібліотекознавчих студій як їх складової.

Специфіку горизонтальних зв'язків, що їх дозволяють встановити соціальні медіа та їх ефективність може бути проілюстровано на прикладі обговорення у соціальній мережі Facebook, ініційованого популярним українським блогером, політиком і політтехнологом Віталієм Чепиногою (Vitalii Cherupoga). Так, 6 жовтня 2014 р. на своїй сторінці політик повідомив, що його в ході виборчої парламентської кампанії «закріпили за Волинською областю по виборам. Чи - область за мною, хто його зна, як правильно» та зізнався у тому, що знає про регіон переважно за матеріалом, представленим у електронній енциклопедії Вікіпедія. У наступному пості автор звертався до читачів із проханням вказати на «локальні проблеми» регіону. Незважаючи на іронічний тон звернення, автор за добу отримав понад 600 відгуків, причому з досить високим рівнем конструктиву – 77 % відгуків можна вважати інформативними; на так званий інформаційний шум припало менше чверті коментарів, при цьому негативні серед них практично відсутні – 10 іронічно-скептичних коментарів та 19 – на сторонні теми; решта – 114, віднесених до неінформативних, – підтримка, поради, уточнення, жарти.

Попри те, що опитування, подібні згаданому, не можна вважати релевантними, використання їх для отримання робочих даних видається цілком виправданим з огляду на такі серйозні переваги, як оперативність (отримано до 500 відгуків за добу, що можуть вважатися експертними в силу добровільності наданої інформації і включеності респондентів у

обговорювану проблему) та доступність – хоч і наближені, результати отримані без жодних капіталовкладень, лише внаслідок конвертації соціального капіталу ініціатора опитування.

Що ж до згаданої вище характеристики соціальних медіа як простору генерування смислів, то її забезпечує полілогічність інтернет-комунікації успіх якої забезпечується неформальністю – розмитістю кордонів між особистим і публічним; демократичністю – можливістю включення в комунікацію абсолютно будь-якого користувача, креативністю. Якщо візуальний канал – «телекартинка» не передбачає і не потребує «додавання–домислення», тобто пропонує глядачам готові смисли, то принципово відкритий доповненню гіпертекст надає можливість рефлексії, трансформації пропонуваних і творення нових смислів.

Так, показовими можуть вважатися дискусії навколо святкуванням Дня Незалежності в умовах війни, спровоковані виступами окремих учасників інтернет-спільноти проти параду із паралельними дискусіями щодо суті самого свята. Наприклад, один із популярних фесбукерів, волонтер, музикант і блогер Алекс Мочанов у інтерв'ю телеканалу «Blacksea tv» заявив про «штучність» і «нав'язаність» українських національних (державних) свят; після розголосу (відповідний ролик на відеохостингу YouTube має понад 100 тисяч переглядів), пояснюючи на своїй Facebook-сторінці висловлену позицію, написав, що «Независимость в результате путча и ГКЧП Язова-Янаева 1991 года досталась нам в подарок, в наследство от совка. С этим наследием мы и живём вот уже без двух недель 24 года. Кровь мы за свою Независимость тогда не проливали, флаг над Верховным Советом, ставшим Верховной Радой – появился без боя» як підтвердження власної тези. В обговорення включилися десятки популярних блогерів і їх читачі –сумарно

йдеться про інтерактивну аудиторію, що забезпечує сотні тисяч переглядів і тисячі коментарів. Ці коментарі формують значно потужніший, ніж власне описаний інформаційний привід дискурс, що актуалізує розуміння-переживання Дня Незалежності як знакової події.

Офіційне свято осмислюється через фамільну історію: «...Моя неписьменна, вже покійна, бабуся (1915 р.н.), яка пережила окупацію України більшовиками, Голодомор, війну, ще один Голодомор... дуже раділа Незалежності...»; через боротьбу із радянським і пострадянським: «..моя покійна бабця ... теж була неймовірно рада 24 серпня 1991-го року. Принаймні, більше не боялася розповідати про своє минуле.. А для деяких наших нинішніх "політичних діячів" це – справді порожній звук. ...для них День Незалежності - "нав'язане свято"... Бо довелося перелаштовуватися, змінювати своє комфортне радянське життя...»; вибудовує спадкоємність боротьби за незалежність: «Не знаю, як Мочанов, а я, прогулюючи школу, ходив на всі мітинги під Раду, сидів біля наметів голодуючих студентів, ходив у Пласт, демонстративно знімав галстук, моя мама голосувала за незалежність, може Мочанов Мочанов у той час чимось іншим займався».

2.3. Інтернет-простір як лінгвокультурне середовище ідентифікаційних практик

Для інформаційного суспільства характерне зростання інформаційної відкритості. Донедавна обсяг інформації, що циркулювала в суспільстві, був відносно невеликим, і її основний трафік зосереджувався саме в органах державної влади. Основні потоки інформації замикалися в межах національних держав, і лише відносно незначна їх частина перетинала кордон. Однак уже у 80-х роках ХХ ст. відбувся якісний стрибок у можливостях зберігання, обробки та перетворення інформації, пов'язаний зі швидким розвитком комп'ютерної техніки. Розвиток сучасних засобів передачі інформації, насамперед телекомунікацій, спричинив різке зростання транскордонних потоків інформації – це нагальна потреба і водночас визначальна характеристика сучасного інформаційного суспільства.

Істотною виявилася ***трансформація мови Мережі***: Інтернет залишається переважно англомовним: не лише більшість користувачів користувачів і їхніх ресурсів є англомовними, але і сама структура мережі вимагає використання латинського алфавіту для навігації. Наприкінці минулого століття пошук здійснювався переважно англомовними пошуковиками, доменні імена першого рівня (.Com, .Gov, .Edu і т.д.) формулювалися виходячи з англомовних назв, що, безумовно, впливало на той факт, що Інтернет виступав як фактор, що сприяв культурній глобалізації (оскільки саме мова є центральним елементом національної культури), і в якості мовного середовища, що так чи інакше нав'язувало мовну уніфікацію і

, як наслідок, домінування англійської мови. Це створювало передумови для серйозних змін в мовах інших народів. Процеси запозичення англомовних слів прискорювалися, відбувалося формування інтернет-неологізмів. Сьогодні є підстави говорити про існування окремої субкультурної лінгвосистеми в Інтернет-дискурсі – свого роду коду, що увиразнює соціальну, статусну, територіальну, тематичну чи іншу приналежність адресата й виступає своєрідною "мовою для своїх". До власне лексико-синтаксичних засобів, притаманних спільноті Інтернет-мережі, можна віднести ігнорування орфографії, комп'ютерний жаргон (сленг), неологізми, що виникають стихійно у глобальному інформаційному просторі та поширюються у щоденному мовленні, використання засобів формування експресивної виразності та оцінки, новотворів, типових скорочень та аббревіатур, фразеологічних зворотів [23]. Упередметнення на письмі таких властивостей усного мовлення, як аномативність, аграмматизм, еліптичність, насправді не перешкоджають розумінню і не вважаються помилками в даному жанрі, друкарські помилки навіть не виправляються. Порушення мовних норм варто розглядати як виокремлення окремих норм субдискурсів – нормоутворення є типовим для будь-якого віртуального об'єднання, що утворює свій гіпертекст, а дотримання правил даного субдискурса підтримуються необхідністю бути зрозумілим і прийнятим у своїй спільноті.

Фактично існує єдиний просторово-часовий континуум Інтернету, до якого кожен може підключитися в будь-який момент, отримати інформацію і залишити відгук, взявши участь в його формуванні, змінивши його своєю присутністю. Учасник інтернет-дискурсу бере участь не тільки в сприйнятті, але і в створенні та зміні тексту за певними правилами чи без правил.

Інтернет формує віртуальні спільноти, стирає кордони між державами, елімінує відстані, що роз'єднують людей і, в остаточному підсумку, створює навколо себе специфічну форму культури – кіберкультуру. У процесі спілкування у віртуальному середовищі особистість змінює ставлення до часу, моделі комунікації, пріоритети, відбувається нівелювання ряду параметрів, що складають невід'ємну частину особистості в реальному спілкуванні. Так, наприклад, зовнішність, стать, раса, національність втрачають свою значимість в процесі віртуальної взаємодії. Так само відбувається стирання межі між особистісно орієнтованим і статусно орієнтованим спілкуванням. З'являються нові цінності, серед яких – анонімність, демократичність спілкування, необмежена доступність та швидкість отримання інформації і зав'язування контактів, відсутність просторових кордонів, розмивання відстаней і стирання ролі часового чинника, свобода самовираження.

Водночас для інтернет-дискурсу характерний високий маніпулятивний потенціал, що зумовлений такою його характерною рисою, як компенсаційна емоційність, мозаїчність, гіпертекстуальність. Одночасне знання «усіма всієї інформації» про події у всьому світі породжує колективну участь мас у сприйнятті світу, цим самим може сприяти формуванню з одного боку, відчуття єдності в силу комунікаційної взаємодії у спільному емоційному кліматі, а з іншого – відчуття інформаційного перевантаження, свого роду «емоційного вигорання», втрати здатності раціонально оцінювати інформацію.

У звичайному тексті інтертекстуальність звертається до кругозору, начитаності, освіченості читача – письмовий текст влітає в свою основу інтертекстуальні посилання на раніше прочитані й вивчені тексти; у випадку

ж віртуального дискурсу інтернет-мережі знижується поріг вимог до необхідного цивілізаційного багажу читача. Структура і послідовність письмового тексту ідеально пристосовані для вираження ідеї: перманентність письмового тексту, простота фіксації, зберігання і перенесення інформації у часі і відстані, багаторазовість прочитання для повного розуміння і запам'ятовування. У «глобальному селі» ж вплив прихованих форм масової комунікації на індивідуальну свідомість відключає раціональне і критичне мислення, призводить до становлення масової культури.

Отже, стрімка інформатизація всіх сфер людського життя наприкінці 20-го початку 21-го століття сприяла не тільки створенню і розвитку інноваційних способів подання, зберігання і пошуку інформації, а й формуванню нового унікального соціокультурного та лінгвістичного середовища і реальності, що активно формується з розвитком мережі Інтернет. Змістовно-дієва складова цього середовища визначається як Інтернет-дискурс – персональний (особистісно орієнтований) та інституційний (галузевий). По суті, між інформаційними ресурсами і дискурсом вибудовуються відносини форми і змісту. Таким чином, важливим аспектом наукового осмислення інформаційних процесів, зокрема, формування національних інформаційних ресурсів, є дискурсивний підхід та, у випадку, коли йдеться про електронні інформаційні ресурси, акумуляція яких сьогодні є предметом як практичної діяльності різних інформаційних, наукових, культурних установ, так і наукових досліджень, - врахування специфіки Інтернет-дискурсу. Дискурсивний підхід до акумуляції електронних національних інформаційних ресурсів передбачає врахування рис, що принципово відрізняють Інтернет-дискурс як когнітивно-комунікативний простір глобальної мережі: опосередкованість та

електронний канал передачі; дистанційність та глобальність, гіпертекстуальність, інтерактивність, мультимедійність та креолізованість, інтертекстуальність; віртуальність, що вказує на знаковий, символічний характер комп'ютерно-опосередкованої взаємодії; анонімність, емоційність, креативність; типова та жанрова неоднорідність; автоматизація, можливість використання технологій баз даних, та ін. Враховуючи, що, за уявленням Т. Ван Дейка, ідеологія і культура відтворюються у дискурсі, що є комунікаційною подією, дискурсивний підхід покликаний проявити ментальні процеси, які пов'язують виробництво та розуміння тексту як з висловлюванням, текстом і комунікацією, так із соціальними явищами.

У зв'язку з цим нагальним залишається питання про взаємодію і взаємозалежність глобалізації та національного розвитку; важливим завданням науковців стало визначення шляхів збереження національної ідентичності в умовах прогресуючого мультикультуралізму.

Оскільки етнос є складною культурною, історичною, антропологічною конструкцією, то будь-яке втручання в неї, а тим більше нехтування й уніфікація культурної мозаїчності антропосфери приховує загрозу для всього людства. У контексті глобалізаційних процесів загальносвітова культура аж ніяк «не повинна формуватися як головна одиниця, одержана в результаті уніфікації й знищення множинних окремих національних і традиційних пріоритетів, хоч які б малі території ними були охоплені, – підкреслив усесвітньо відомий японський філософ, діяч культури, письменник Д. Ікеда. – Наша цивілізація зуміє створити воістину загальносвітову культуру, коли навчиться цінувати всі без винятку суспільні й духовні надбання людей як різноманітні варіанти вираження єдиної для всіх людяності». Дійсно, забезпечення різноманіття – найдієвіший спосіб забезпечення стійкості.

Як наголошує російська дослідниця І. Василенко, культурні традиції в сучасному глобальному світі не є пасивним осадом, який необхідно якнайшвидше викорінити. Навпаки саме традиції здатні стати в процесі глобалізації мобілізуючою перетворювальною силою, яка може створювати живі творчі форми в діалозі цивілізацій . Недаремно автор комунікативної концепції інтеграції К. Дойч виділяв серед головних умов успішного розвитку інтеграційних процесів масивність потоку взаємної інформації – інтенсивність культурного обміну, обміну ідеями .

Масова комп'ютеризація, впровадження й розвиток новітніх технологій призвели до структурних змін у межах глобальної цивілізації: відбулися значні трансформації у сферах освіти, бізнесу, промислового виробництва, наукових досліджень та у соціальному житті в цілому – інформація перетворилася на глобальний, принципово невичерпний ресурс людства. У сучасному світі ключові позиції в інформаційному обміні зайняли країни, що лідирували як у виробництві інформації, так і у створенні відповідного устаткування. Не випадково у сфері наукових інтересів дослідників проблем сучасного глобалізму залишаються такі явища, як «інформаційний імперіалізм» або «інформаційний колоніалізм»; небезпека яких цілком реальна, причому не лише щодо слабо розвинутих у технологічному плані країн, а й щодо багатьох розвинутих країн, що не володіють потужними засобами інформації .

Інформаційне суспільство – суспільство відкрите, водночас слід мати на увазі, що поняття відкритості досить не однозначне. Український дослідник Тарас Возняк виокремлює відкритість двох типів: відкритість як прийняття чогось відмінного в тій формі, яка йому притаманна, – це шлях до плюралізму; та відкритість як споживання, допущення у себе через

пристосування до своєї системи координат. Відкритість другого типу зумовлює, у кращому випадку, адаптацію, у гіршому – уніфікацію та асиміляцію чи знищення. Наразі глобалізаційна відкритість набирає асимілятивних форм, які позбавляють окремі цивілізаційні архіпелаги не тільки їх суті, а й просто знищують їх .

Сучасна глобалізація характеризується трансформацією суспільних інститутів, зміною всього соціального та культурного середовища. Під прикриттям ідеології «лібералізму», світові лідери на чолі зі США активно впроваджують у масштабах усієї земної кулі власні соціально-культурні моделі, що засновані на споживацькому світогляді . Наразі можна говорити про виникнення феномену «глобальної культури», яка може утворювати нові культурні цінності або змінювати існуючі і цим самим сприяти зникненню національно-культурних ідентичностей різних народів. Найсерйозніша проблема – це не просто експансія глобальної культури, а руйнація нею національних ідентичностей народів. Цивілізаційний тиск, культурні деформації обертаються втратою традиційних цінностей, національної ідентичності та солідарності, руйнацією звичних етичних імперативів і господарських традицій.

Розглядаючи в цьому контексті ситуацію з Україною, необхідно підкреслити, що українцям нині доводиться мати справу не лише зі спільними для всього людства проблемами XXI ст., а й із проблемами, що перейшли з XX ст. Без сумніву, цілий ряд наших складних морально-психологічних, політико-ідеологічних, соціально-економічних проблем виростає з кількасотлітньої бездержавності України.

Отже, поряд з долученням України до досягнень сучасного розвитку людства, нагальною потребою стає подолання негативних тенденцій

глобалізації. Ідеться про наростання процесів соціокультурного відчуження, проявами якого є втрата національної ідентичності, смисложиттєвих компонент, поширення споживацької свідомості, які деформують ментальність в Україні насамперед молодого покоління.

Для сучасної України особливо актуальні проблеми впливу інформаційних потоків на цілісність і самобутність змістовного простору суспільства, руйнування мовної та культурної самобутності в умовах глобалізації. Оскільки глобалізація базується як на зростанні товарообміну, так і на активізації обміну інформацією і знаннями, і в останній період на цю закономірність впливає, серед інших, і лінгвістичний фактор, пов'язаний з ареалами вжитку конкретних мов, як носіїв інформації, нових знань і досвіду. Тобто якщо мова певної країни, наприклад англійська, має широке міжнародне поширення, вона виступає своєрідним «мультиплікатором експортного потенціалу», особливо щодо інформаційних товарів та послуг. У протилежному випадку – якщо мова країни-експортера обмежена територією національного вжитку, чи, тим більше, коли вона виконує другорядну роль у власній державі, мова потребує додаткових інвестицій для свого розвитку та розширення сфери функціонування. Нації, мовою яких поширюється інформація щодо наукових, технологічних та інших новацій, фактично без додаткових зусиль дістають перевагу в інвестуванні власного розвитку. Таким чином, одним з викликів глобалізації, з яким доведеться стикатися Україні, є формування нового інфопростору, зокрема й лінгвопростору.

Інтернет за своєю природою є дискурсивним, семантичним простором, у якому текст і мова відіграють провідну роль.

Інтернет залишається переважно англomовним: не лише більшість користувачів користувачів і їхніх ресурсів є англomовними, але і сама

структура мережі вимагає використання латинського алфавіту для навігації. Наприкінці минулого століття пошук здійснювався переважно англомовними пошуковиками, доменні імена першого рівня (.Com, .Gov, .Edu і т.д.) формулювалися виходячи з англомовних назв, що, безумовно, впливало на той факт, що Інтернет виступав як фактор, що сприяв культурній глобалізації (оскільки саме мова є центральним елементом національної культури), і в якості мовного середовища, що так чи інакше нав'язувало мовну уніфікацію і, як наслідок, домінування англійської мови. Це створювало передумови для серйозних змін в мовах інших народів. Процеси запозичення англомовних слів прискорювалися, і все частіше стали говорити про «франгл», «спангліше» і «рунгліш». Виключенням залишався японський сегмент мережі, який намагався максимально зберігати національні мовні та культурні особливості. В цілому процеси лінгвістичної уніфікації сприяли розвитку процесів глобалізації (як американізації).

Антиглобалістські настрою вилилися і у формі т.зв. лінгвістичного сепаратизму. У другій половині 1990 -х - початку 2000 -х рр. . в багатьох країнах стали лунати пропозиції про перегляд мовної політики у сфері інформаційно-комунікаційних технологій. Насамперед, це означало, що маршрутизація в мережі Інтернет повинна відбуватися не на основі латинського алфавіту, а на основі національних алфавітів. Ідея інтернаціоналізованих доменних імен вперше була висунута в 1996 Мартіном Дерстом. Спочатку впровадження торкнулося іспаномовних країн . У 2005 році республіка Чилі ввела доменні імена з буквою ñ . У травні 2010 року вперше в Інтернеті з'явилися нелатинські домени верхнього рівня (їх власниками стали ОАЕ , Саудівська Аравія, Єгипет і Росія) [15].

Втім , політика національної держави може носити і нових рис. Йдеться

про створення віртуальної культурної сфери [18] як нової ідеї національних держав. В умовах, коли кордони таки стали певною мірою прозорими, необхідно підтримувати культурну експансію використовувати інформаційно- комунікаційні технології . Основою такого середовища знову-таки виступає мова.

За даними [28, 29] аналітичного огляду «Становище української мови в Україні в 2014–2015 роках»²⁹, порівняно з минулими роками зменшилася частка україномовних газет і журналів, російська мова продовжує домінувати в національному теле- та радіоефірі. Мовна ситуація у сфері послуг дуже залежить від регіону – на Сході та Півдні України російська виразно домінує, але права україномовних клієнтів часто порушуються і в Центральній Україні включно з Києвом. Автори огляду зазначають, що головним негативним чинником, що стимулює витіснення української мови з найважливіших суспільних сфер, є сумнозвісний мовний «закон Ківалова – Колесніченка», що, незважаючи на нищівну критику Ради Європи, ОБСЄ і українських експертів, продовжує діяти досі. Водночас на окупованих територіях Криму, Донеччини та Луганщини здійснюється стрімка примусова русифікація, українська мова витіснена майже з усіх сфер суспільного життя.

Частка школярів, які здобувають освіту українською мовою у 2014/2015 навчальному році, сягнула 90,8 %, зрісши за рік аж на 9 %. Проте це зростання пов'язане насамперед з тим, що статистика більше не враховує школи на окупованих територіях. Реальне ж зростання кількості учнів, які навчаються українською, становить десяті частки відсотка, а в деяких

²⁹ Документ, оприлюднений рухом «Простір свободи», базується на даних державної статистики, соціології та власних моніторингових досліджень, здійснених волонтерами в усіх регіонах України.

областях цей показник навіть знизився. У кінопрокаті сумарна кількість фільмів, дубльованих або озвучених українською мовою, у 2014 р. становила 65,5 %, у 2015 р. (до початку червня) – 83,8 %. Решта фільмів, переважно з російським звуком, субтитровані українською. Різке зменшення частки таких фільмів у 2015 р. напряду пов'язане зі зменшенням у прокаті кількості фільмів російського виробництва. Частка газет, що видаються українською мовою, продовжує зменшуватися і становила за 2014 р. 29,5 %. Із журналами та іншими періодичними виданнями ситуація катастрофічна – лише 9,9 % від загального тиражу випущено у 2014 р. українською мовою (скажімо, у 2010 р. цей показник становив 19,6 %). Лише 55 % книг надруковано в Україні у 2014 р. державною мовою, причому більшість із них – навчальна література, а масований імпорт книг з Росії в рази перевищує видання книг в Україні. При цьому якщо відсоток українських книг залишається незмінним, то в абсолютних цифрах відбувається зниження кількості книг, виданих в Україні. У прайм-тайм восьми найрейтинговіших телеканалів частка російської мови в ефірі становила 44 %, а української – 30 % (рис. 3.1). При цьому зріс до 26 % час «двомовних ефірів». Частка пісень українською мовою в ефірі п'яти найрейтинговіших радіостанцій становить лише 5 % від загальної кількості пісень.

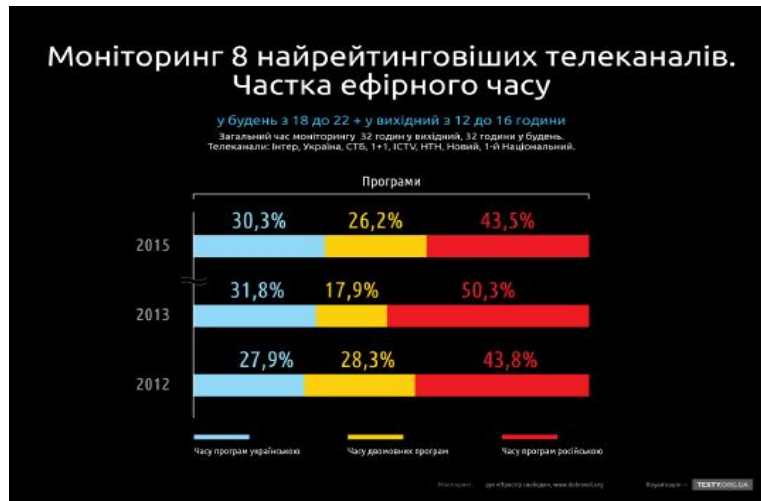


Рис. 3.1. Моніторинг восьми найрейтинговіших телеканалів.

Частка ефірного часу за мовою

Джерело: TEXTY.org (<http://texty.org.ua/pg/article/kulch/read/60860>)

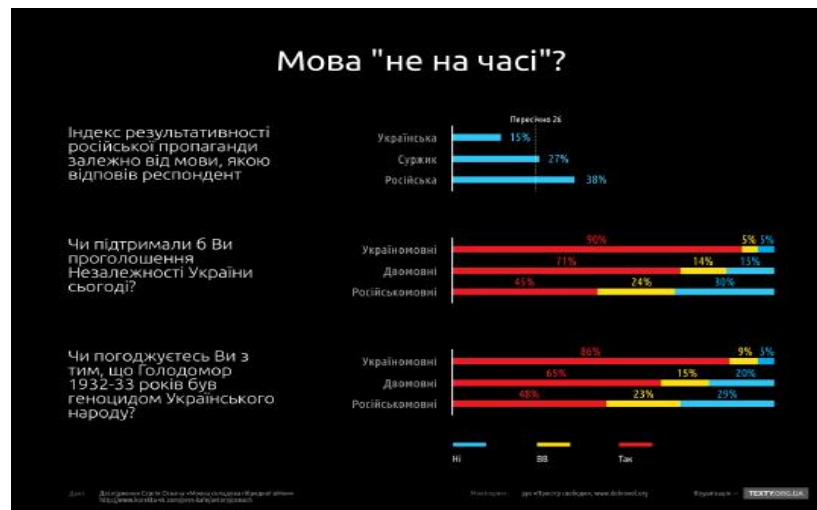


Рис. 3.2. Зв'язок між мовою респондентів і сприйняттям ними російської пропаганди

Джерело: TEXTY.org (<http://texty.org.ua/pg/article/kulch/read/60860>)

Автори огляду звертають увагу на доведений соціологічними даними ³⁰ прямий зв'язок між мовою респондентів і сприйняттям ними російської пропаганди (рис. 3.2).

На їхню думку, для захисту власного майбутнього та безпеки громадян держава має вжити заходи для реального утвердження української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території країни, як це передбачено Конституцією.

Насамперед замінити мовний закон на новий, що відповідатиме Конституції та європейській практиці. Водночас, як показує досвід, без застосування протекціоністських норм стосовно української мовної продукції сподіватися на те, що державі вдасться захистити власний інформаційний простір від інформаційних агресивних проявів, не варто.

³⁰ Хоча соціологи заперечують науковість висновків щодо залежності сприйняття респондентом пропаганди від його мови, зроблених на основі співставлення простих показників двох груп, і заперечують науковість пропонованої авторами інтерпретації як причинно-наслідкового зв'язку (наприклад, див.: <https://www.facebook.com/olgazelinska/posts/10152886464102109>), описані висновки доволі широко обговорювалися в мережі.

IV СВІТОГЛЯДНИЙ ТА ІДЕНТИЧНІСНИЙ ФАКТОР У ПСИХОЛОГІЧНИХ/ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙНАХ У МЕРЕЖЕВОМУ ПРОСТОРИ

4.1. Інформаційні впливи (інформаційна інтервенція) - сутність, методи та засоби здійснення в інтернет-просторі

Попереднє осмислення специфіки вітчизняного інформаційного простору, на який здійснює вплив безпрецедентна зовнішня агресія, дає можливість говорити про те, що перетворення його на «національний» простір не лише формально, а й за змістом відбувається тільки сьогодні, причому цей процес проходить доволі болісно, у ньому не уникнути невдалих спроб, помилок і доволі істотного внутрішнього спротиву. Слід зазначити, що складність трансформації національної інфосфери обумовлюється системою складних взаємовпливів з ментальними характеристиками українців, з потужними інформаційними впливами на ментальний імунітет нації.

Інформаційний простір незалежної України виростає з пострадянського, з одного боку, спадково заідеологізованого, а з іншого – в умовах новоутвореного «інформаційного вакууму». Радянська ідеологічна машина функціонувала в специфічних інформаційно-стерильних умовах, коли інформація ззовні якщо й просочувалася, то була відфільтрованою та безбарвною, або в «кращому» випадку інформація із Заходу подавалася лише в негативному спектрі. Звісно, за таких умов і радянська людина формувалася в системі координат «свій – чужий», «довкола одні вороги»

тощо. Змінити, трансформувати таке стереотипне світосприйняття, як показує сьогоднішній вітчизняний досвід, доволі важко.

Український інформаційний простір від початку 90-х років ХХ ст. продовжував функціонувати в тісному взаємозв'язку з російським: переважна більшість інформаційного продукту надходила від північного сусіда – або виробленого в Росії, або ж західного, «локалізованого» через російське ж медіа-виробництво. З одного боку, новоутворена Держава Україна платила (і все ще продовжує платити) значні кошти вчорашній метрополії за теле-, радіо, кіно контент, книжкову продукцію. З іншого – упродовж десятиліть значна частина цього контенту явно чи приховано тиражувала антиукраїнські ідеологеми. Така поблажливість українських можновладців частково пояснюється багатолітнім, якщо точніше – кількасотлітнім намаганням Російської імперії, а пізніше Радянського Союзу асимілювати неросійські народи, штучно створивши у ХІХ ст. «русский», а у ХХ ст. «радянський» народ, який би використовував для спілкування «общепонятный русский язык».

Відтак відкритість і багато в чому спільність інформаційного простору з Російською Федерацією з огляду на традиції, що склалися ще з часів Російської імперії і СРСР, спільності мовного простору (завдяки сформованому українському білінгвізму, російськомовна продукція навіть для україномовних українців не є, вірніше, не була «іноземною»), агресивне просування російської продукції на український ринок і потурання (умисного чи випадкового) агресивним вкидам зумовили той факт, що Україна сьогодні стала полем інформаційної війни. Ще у 2008 р. експерти констатували тенденцію «поширеного, гнучкого та потужного застосування сил і засобів інформаційно-психологічного впливу інформаційної війни в сучасних

збройних конфліктах» і «неухильне зростання ролі засобів масової інформації у збройних конфліктах, які дають змогу ефективно та швидко формувати позитивне ставлення громадськості своєї країни і світової спільноти до політики в зоні конфлікту, нейтралізації інформаційної структури об'єкта впливу, налагодження своїх теле- й радіомовлення в регіоні; контроль за власним інформаційним простором; забезпечення сприятливих умов для дій військ» [36].

Як зазначає В. Горбулін, в українському випадку маємо справу не просто з ворожою пропагандою, а з тим, що фахівці-інформаційники слушно характеризують як «війну смислів/сентів» (початок якої можна умовно віднести до 2006–2007 рр.). Для ретрансляції цих смислів задіяно всю множину каналів донесення інформації. Основним структурним елементом у цій війні стають симулякри – образи того, чого в реальності не існує. Стратегічна мета експлуатації цих симулякрів – замінити об'єктивні уявлення цільових груп про характер конфлікту тими «інформаційними фантомами», які потрібні агресору [30].

Доволі показовим є результат, виявлений опитуванням газети «Дзеркало тижня»: на Донбасі російсько-українське протистояння називають війною частіше, ніж в інших регіонах Східної України. У Донецькій та Луганській областях сумарно так вважають 20,3 % респондентів, а в Дніпропетровській, Запорізькій та Харківській областях – сумарно 16,4 %. Така тенденція може бути пояснена тим, що жителі Донеччини бачать цю війну «в обличчя», а одесити і харків'яни – по телевізору, причому найчастіше по телевізору «чужому», відповідно, з куди меншим реалізмом, ніж, власне, на Донеччині та Луганщині [37].

Така ситуація фактично поставила перед політиками, медійниками,

експертами, ученими як тактичне завдання вироблення та реалізацію термінових заходів, спрямованих на подолання критичної вразливості вітчизняного інформаційного простору, насамперед припинення потоку ворожого щодо України контенту, очищення інфопростору від не просто рудиментів, а засилля постколоніальних і посттоталітарних смислів. Тож як про завдання стратегічне йдеться не лише про формування належних інформаційних інфраструктур, необхідних для протистояння цілеспрямованим інформаційним операціям, а й, у значно ширшому плані, про наявність належного національного інформаційного потенціалу для нейтралізації тих численних інформаційних впливів на уми та серця громадян, які мають латентний, неяскраво окреслений характер, але об'єктивно загрожують деформуванням загальних ментальних, світоглядних установок, соціальних і культурних орієнтацій співвітчизників [7].

Виконання цих завдань істотно ускладнене внутрішніми недоліками українського медіа-ринку, серед головних проблем якого медіа-експерт Н. Лигачова на сьогодні називає монополізм на медійному ринку, цензуру олігархів-власників, цензуру рейтингів, відсутність дієвої системи саморегуляції в ЗМІ, безвідповідальність і конформізм журналістів. Усі ці проблеми набувають особливої небезпеки під час інформаційної війни із зовнішнім агресором [38, 39]. Не можна не погодитися з тим, що українська журналістика просто не була готова до тих викликів, що постали перед нею в умовах стрімких і конфліктних суспільних змін одночасно із зовнішньою агресією, у тому числі з боку потужної машини російських інформаційно-психологічних спецоперацій, у результаті чого більшість українських ЗМІ умисно чи ні розпалюють у країні атмосферу істерії, нетерпимості чи навіть ненависті.

Прикладом заповнення ефірів з багатомільйонними аудиторіями в умовах фактичної війни на Сході України й анексії Росією Криму розважальним продуктом країни-агресора є контроверсійність цього продукту для українського суспільства, розколотого на сьогодні ціннісно, культурно, ідеологічно, став скандал навколо новорічного репертуару каналу «Інтер», що транслював російські новорічні шоу, причому ті, що записувалися в Москві в розпал українсько-російського конфлікту за участі артистів, які схвалюють агресію Росії проти України. Резонансна акція «Інтер на цвинтар», що прокотилася на початку січня 2015 р. українськими соцмережами, лише вивела в центр уваги ті проблеми інформаційного простору, про гостроту яких воліли не згадувати практично всі роки незалежності, навіть після Революції гідності.

Суспільний резонанс стимулював артикуляцію та дискусію навколо дійсно насущних питань українського медійного буття. Медіа-експерт Н. Лигачова серед таких проблем називає відсутність в Україні культури соціальної відповідальності та культури саморегуляції діяльності медіа; наявність у країні «п'ятої колони», що просуває інтереси країни-агресора, у всіх сферах життєдіяльності держави та суспільства, включно з інформаційною та культурною; відсутність у держави політичної волі на реальний, а не показний захист інтересів українського суспільства; відсутність в Україні культури державного регулювання медіа, тобто регулювання в інтересах платників податків, які найняли та утримують державу як інструмент захисту своїх прав і свобод [38].

Погодимось з думкою про те, що сформувати соціально відповідальні медіа неможливо виключно державним регулюванням, необхідні зусилля громадянського суспільства, безпосередньо медіа-спільноти, вироблення

системи самообмежень на період нинішніх протистоянь усередині країни й боротьби із зовнішнім загарбником, з максимально виразними правилами гри та коректними інструментами корпоративного контролю за їх дотриманням.

Стійка монополізація кількома потужними угрупованнями та медіа-магнатами як мінімум актуалізує питання прозорості фінансування медіа, відтак – зрозумілості для громадянського суспільства виконуваних ними завдань, тим більше, що європейські норми передбачають баланс між свободою ЗМІ та необхідним правовим регулюванням: здійснення свобод одержувати і передавати інформацію та ідеї без втручання органів державної влади та незалежно від кордонів «не перешкоджає державам вимагати ліцензування діяльності радіомовних, телевізійних або кінематографічних підприємств [46].

Європейські норми передбачають важливість плюралізму та різноманітності ЗМІ, та підкреслюють, що прозорість медіавласності є необхідною умовою для формування в населення уявлення щодо того, як оцінювати інформацію й думки, отримані з різних ЗМІ.

У Рекомендації CM/Rec(2007)2 Комітету міністрів Ради Європи про плюралізм ЗМІ та різноманітність медійного контенту [47] також підкреслюється важливість прозорості медіа-власності, яка б дала можливість органам влади, відповідальним за впровадження процедур щодо плюралізму ЗМІ, приймати проінформовані рішення, а також забезпечити громадськості можливість самостійно аналізувати інформацію, ідеї та думки, висловлені в ЗМІ. Для забезпечення плюралізму держави-члени мають розглянути можливість прийняття правил, спрямованих на обмеження впливу, який окрема особа, компанія або група можуть мати в одному або декількох медійних секторах, а також для забезпечення достатньої кількості

різноманітних медіа; можливо, передбачати встановлення граничних вимог на основі таких об'єктивних і реалістичних критеріїв, як частка аудиторії, тираж, валовий оборот/прибуток, акціонерний капітал або контрольний пакет акцій.

Стосовно прозорості медіа-власності у Рішенні міститься рекомендація державам-членам забезпечити доступ населення до наступних видів інформації щодо наявних медіа: інформація стосовно осіб або органів, які входять у структуру власності ЗМІ, та стосовно характеру та масштабу відповідної участі таких осіб або органів у відповідній структурі та, за можливості, кінцевих вигодонабувачів такої участі; інформація стосовно характеру та масштабу капіталовкладень вищезазначених осіб та органів в інших ЗМІ або медійних підприємствах, навіть в інших галузях економіки; інформація про інших осіб або органи, які, імовірно, можуть істотно впливати на програмну або редакційну політику; інформація про підтримку, надану ЗМІ.

Рекомендація Ради Європи № R(94) 13 про заходи щодо сприяння прозорості ЗМІ містить перелік керівних принципів для держав-членів стосовно порядку забезпечення доступу до інформації про структуру власності ЗМІ шляхом внесення відповідних положень у національне законодавство: доступ населення до інформації про ЗМІ; обмін інформацією про прозорість ЗМІ між національними органами влади; розкриття інформації при наданні після надання ліцензій на мовлення службам мовлення; повноваження та відповідальність органів влади, відповідальних за забезпечення прозорості, повинні бути чітко визначені в законодавстві.

Підписана Україною Європейська конвенція про транскордонне

телебачення 1996 р.³¹ передбачає, що інформація про телерадіомовника (назва, вид, місцезнаходження та статус мовника, дані юридичного представника, структура капіталу, характер, мета та порядок фінансування програмної послуги) повинна надаватися на запит уповноваженого органу однієї держави аналогічним органом іншої держави. Пояснювальний звіт до Договору підкреслює, що «необхідно, щоб інформація про телерадіомовника була загальнодоступною. Через зростання кількості та диверсифікацію програмних послуг, з одного боку, та через транскордонний характер трансляції, з іншого боку, як державам, так і глядачам важливо знати, хто за що несе відповідальність».

Поки що ж кількість українських ЗМІ, дані про власників яких містяться в сірій зоні, структура капіталовкладень в українські медіаактиви дають підстави для висновку про те, що перед ними стоїть завдання служити інструментом впливу на прийняття якихось рішень, а не отримувати прибуток. Більше того, циркулюючі чутки про прямий чи опосередкований зв'язок цілого ряду ЗМІ з російськими капіталами дають підстави для їхніх оцінок, що коливаються в діапазоні від «прямий рупоро кремлівської пропаганди та ідей сепаратизму» та інформаційна «п'ята колонна» до висновків про «медіа окупацію» [48]. Так, медіаексперти, скажімо, неодноразово вказували на антиукраїнську спрямованість газети «Вести» [38, 49, 50, 51], як такої, що постійно транслює тези російської пропаганди, послідовно створює негативний образ суспільно-політичної реальності в нашій країні, посиляючись, зокрема, і на дані контент-аналізу, який показує,

³¹ Зобов'язуючий договір, який набрав чинності в Україні у 2009 р., застосовується до «будь-якої програмної послуги, яка транслюється або ретранслюється організаціями чи технічними засобами, що перебувають під юрисдикцією однієї зі сторін, кабельними каналами, за допомогою наземного передавача або супутника, і яка може прийматися, прямо або опосередковано, на території однієї чи більше сторін».

що газета «Вести» фактично у кожному номері транслює тези російської пропаганди [51] (рис. 3.3).

дві-чотири

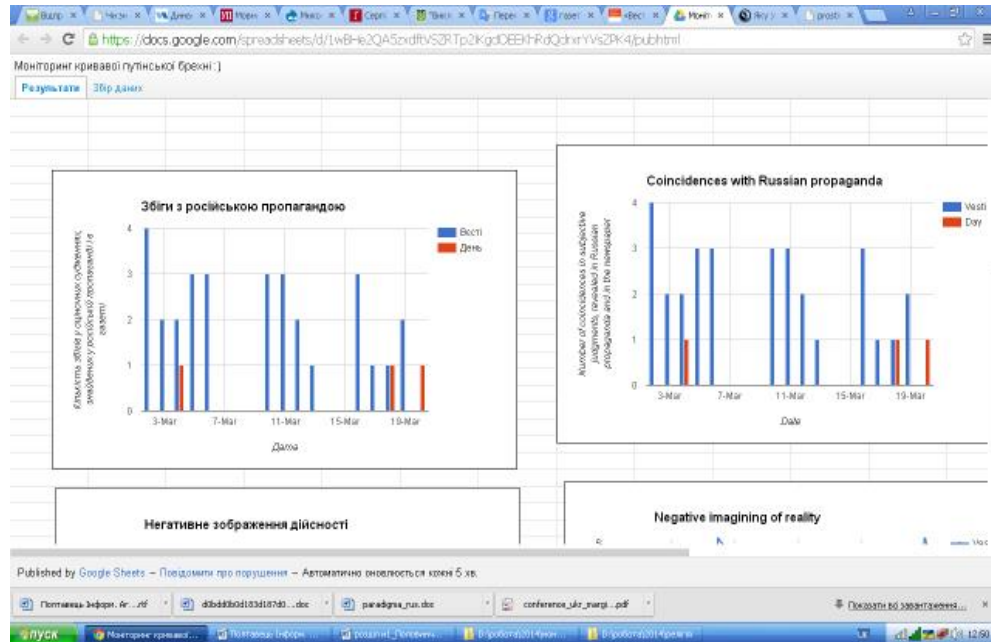


Рис. 3. 3. Кількість збігів з російською пропагандою Джерело:

http://osvita.mediasapiens.ua/trends/mediacriticism/vesti_translyuyut_rosiysku_propagandu_kilkisne_dovedennya/

Не менш важливим є той факт, що за підсумками дослідження TNS в Україні, у 2014 р. аудиторія одного номера газети «Вести» зростає на 15 % (на 92 тис. осіб) порівняно з попереднім періодом. Аудиторія одного номера становить близько 700 тис. осіб. Більше того, завдяки системі безоплатної дистрибуції, «Вести» охоплюють аудиторію, закриту для інших ЗМІ: 73 % аудиторії газети – це люди, які не читають інші щоденні суспільно-політичні видання. При цьому, незважаючи на безкоштовний формат, ядро аудиторії газети становлять люди в активному віці (25–55

років), з доходом середній і вище – керівники, фахівці, службовці; значна частина читачів (близько 71 %) зосереджена у великих містах [52].

У сукупності з тією обставиною, що джерела фінансування холдингу «Мультимедіа інвест груп», що видає безкоштовну газету «Вести», а також істотно дешевший за аналогічні тижневики журнал «Вести. Репортер»³² і включає найпотужніше радіо «Вести», невідомі (при цьому активно мусується версія про «російський слід» вливань), наведені вище характеристики – маніпулятивний антиукраїнський характер публікацій та впливовість дають змогу говорити про інформаційну загрозу, навіть якщо абстрагуватись від публіцистичних визначень на кшталт «п'ята колона». Слід зазначити, що наведений приклад, хоч і належить до найбільш кричущих, є далеко непоодиноким. Є питання до джерел фінансування «Українського медіа холдингу», власником якого є С. Курченко, який перебуває в міжнародному розшуку (деякі його рахунки, відповідно, заарештовані) і переховується, імовірно, на території РФ; каналу «112 Україна», на що навіть вказав у своїй заяві Комітет Незалежної медіа-профспілки України (НМПУ) [53]; телеканалу «Інтер», щодо якого наразі Генпрокуратура порушила кримінальне провадження за фактом фінансування тероризму в рамках угоди про викуп Д. Фірташем і С. Львовчкіним 29 % акцій у російського «Первого канала». Актуальним, проте поки що риторичним, залишається запитання, який вплив на редакційну політику українських ЗМІ здійснюють гіпотетичні чи офіційні співакціонери з Росії.

Відтак забезпечення прозорості власності засобів масової інформації є як важливим аспектом інформаційної безпеки, так і пов'язано із взятими

³² Див., наприклад, виступ засновника та редактора журналу «Новое Время» В. Сича та дискусію на його Фейсбук-сторінці: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=911533135569640&id=100001388857120.

Україною зобов'язаннями в Угоді про асоціацію між Україною та ЄС [54], що передбачає поступове наближення законодавства України до нормативно-правової бази ЄС, а також міжнародних інструментів у сфері аудіовізуальної політики. Директива ЄС про аудіовізуальні медіапослуги (AMSD) з метою недопущення будь-яких дій, що можуть призвести до обмеження плюралізму та свободи інформації, вимагає від держав-членів забезпечити доступність інформації про постачальників аудіовізуальних медіапослуг: ім'я (назва) власника ЗМІ, адреса, назви виконавчих органів і представників власника ЗМІ, уповноваженого представляти компанію, та імена членів наглядової ради. До рекомендованих для оприлюднення належать також дані стосовно пропорційного обсягу власності, акціонерних прав, голосування контрольного пакету акцій стосовно всіх осіб, які мають пряму або опосередковану участь у акціонерному капіталі власника ЗМІ, будь-які приховані частки власника медіа. Особи, які є власниками прямих або опосередкованих часток, власники трастів, засновники або вигодонабувачі фондів повинні бути зобов'язані на запит власника ЗМІ передати йому дані, необхідні для виконання власником ЗМІ своїх зобов'язань щодо розкриття інформації.

Фактично в Україні впродовж усіх років незалежності питання інформаційної безпеки залишалося маргіналізованим. Те, що вся попередня українська влада не достатньо дбала про позитивний імідж країни та кіберпростір, можна зрозуміти з інформації, котру оприлюднило видання «Коментарі» навесні 2013 р. Відповідно до неї, близько 60 % згадувань в Інтернеті про Україну мали негативний зміст, 15–20 % – нейтральний і лише 20–25 % – позитивний. Себто Україна зовсім не дбала про свій вигляд в очах світу, тому й програвала майже всі можливі інформаційні кампанії.

Україна неодноразово ставала жертвою інформаційних атак. Інформаційні операції проти нашої держави стосувалися різних сфер: історії, політики, економіки та ін. Найвідоміші стосувалися українських радарних систем «Кольчуга»; Євро-2012; газових війн з Росією, спробою України вступити до НАТО у 2008–2009 рр. тощо. У всіх цих випадках Україна була об'єктом інформаційних операцій, а не суб'єктом. Це означає, що вона була і залишається прекрасною мішенню для таких атак, за допомогою яких інші країни мають змогу реалізувати свої інтереси на наших просторах. Власне, це була й одна з причин неможливості миттєво відбити потужні інформаційні впливи вже під час кримських подій, адже сусідня країна не один рік готувалася до цих дій, постійно вдосконалюючи методи та інструменти. Крім того, у пошуках основних причин вразливості інформаційного простору України до зовнішніх інформаційних впливів більшість дослідників також наголошують на нестабільності політичної ситуації в країні, відсутності дієвої державної політики у сфері інформаційної безпеки, вагомому соціокультурному впливі інших держав, відсутності потужного державного регулятора в питанні інформаційної безпеки, відсутності українського іномовлення, котре могло б доносити позицію України в усі кутки світу та формувати її позитивний імідж.

Необхідно також враховувати, що, крім протиборства із зовнішнім агресором, в Україні завжди залишалась актуальною протидія внутрішнім ворогам: проросійська «п'ята колона», що щільно розміщена в рядах політичної еліти, держорганів і силових структурах; протистояння амбіцій партійних лідерів, які штучно ділять суспільство (що сприймається ними винятково як електорат) за політичними уподобаннями; перевага регіональної ідентичності над державною; різноспрямований вплив

лобістських груп, що відстоюють бізнес-інтереси олігархічних кланів; корумпований та забюрократизований держапарат, який не сприяв, а, навпаки, гальмував на початкових етапах конфлікту розгортання та легалізацію патріотичного руху самозахисту тощо.

Саме наявність та активне функціонування внутрішніх ворогів і численних «агентів впливу» практично в усіх сферах життєдіяльності українського соціуму визначили найбільш уразливі сегменти для ефективного просування іноземної пропаганди по лінії комунікативних зв'язків «влада – влада», «влада – громадянське суспільство» і «влада – бізнес». Відповідно, основними складовими інформаційної агресії стали елементи суспільно-політичного впливу – політичні партії та організації з урядовим фінансуванням Росії, організації російських співвітчизників в Україні тощо; елементи соціального тиску – громадські організації проросійського спрямування (козачі дружини, патріотичні організації, російські земляцтва, товариства російської історії та культури); медійний сегмент – телеканали, FM-радіостанції, друковані видання, а також інтернет-простір.

Яскравим проявом деструктивного впливу організацій та структур – агентів пропаганди в політичному просторі стала діяльність окремих політичних партій, місцевих органів державної влади, політичних лідерів і посадовців, які, з одного боку, представляли інтереси осіб, які перебували в російському міфологічному полі, а з іншого – вели активну пропаганду цих ідей у розрахунку на розширення своєї соціальної бази. Наприклад, політичні партії проросійського спрямування (Опозиційний блок, КПУ, ПСПУ, «Родина», «Русский блок», «Единая Россия», «Справедливая Россия», КПРФ), місцеві громадські організації («Русичи» та «Русский мир» у

Луганську, «Оплот» у Харкові, «Куликове поле» в Одесі, «Русская община Крыма», «Севастополь – Крым – Россия», «Евразийский союз молодежи» в Криму), у східних регіонах провідниками іноземної пропаганди стали й органи місцевої влади, які частково вливалися в сепаратистсько-терористичні структури (Донецька міська рада, Луганська обласна рада). Цей пул організацій створювався систематично із середини 2000-х років зусиллями Росспівробітництва та Фонду «Русский мир». На початку 2014 р. ці структури виступили єдиним фронтом на підтримку російської агресії та процесів дезінтеграції України.

Окремо необхідно згадати регіони компактного проживання національних меншин, що активно продовжують підтримуватися проросійськими ультранационалістичними рухами із сусідніх країн: болгари (Одеська, Запорізька, Миколаївська області) – ксенофобська націоналістична партія «Атака»; угорці (Закарпатська область) – ультранационалістична партія «Йоббик»; румуни (Чернівецька та Закарпатська області) – партія «Велика Румунія».

Наявність цих та інших негативних чинників потребувала відповідної протидії як з боку органів державної влади, політичних партій і рухів, так і численних громадських організацій та об'єднань.

Розвиток інформаційних технологій в кінці ХХ - на початку ХХІ століття сприяв не лише змінам у національному та глобальному інформаційному просторі – інтенсифікації виробництва нової інформації, створенню принципово нових способів її зберігання, пошуку і подання, але і виникненню нового культурного, мовного, інформаційного середовища, нової соціокультурної реальності, що формується і стрімко розвивається з розширенням сфер впливу сучасних засобів комунікації. Активне

впровадження новітніх технологій змінює медійні практики та стандарти спілкування і обміну інформацією, сприяє залученню до створення контенту користувачів, розширюючи можливості співпраці і співтворчості. Користувач Мережі, виходячи в Інтернет, «знаходить там відображену культуру і самостійно вписується в той чи інший її сегмент» [1, с. 222]. Результатом стало виникнення феномену соціальних медіа, що об'єднують цифрові медіа та онлайнову комунікацію і характеризуються високим рівнем інтерактивності, тобто можливості не лише споживати, а і створювати чи змінювати контент з боку реципієнтів.

Соціальні медіа охоплюють різні сервіси: соціальні мережі, призначені для забезпечення горизонтального спілкування зацікавлених у ньому абонентів, на зразок Facebook чи ВКонтакте; блогосферу як сукупність блогів – періодично оновлюваних веб-сторінок із датованими записами і спільноту блогерів, які читають та коментують, посилаються один на одного, що призводить до створення нової субкультури; мікроблогінг як засіб оперативного спілкування, гібридну форму медіа, що поєднує властивості служби миттєвих повідомлень, блогів, електронної пошти та соціальних мереж; відеохостинги, користувачі яких можуть додавати, продивлятися і коментувати відеозаписи та інші сервіси Мережі [2, с. 21; 3].

Зрозуміло, що далеко не весь користувацький контент є якісним, оригінальним, актуальним і суспільно корисним, швидше навпаки, проте інформаційні технології, демократизуючи процеси інфотворення, сприяють наповненню інформаційного простору новою (в тому числі, новою за якісними характеристиками) інформацією. Одночасно із розвитком соціальних медіа, відбувається наукове осмислення цього явища, зусиллями як зарубіжних [4; 5; 6], так і вітчизняних дослідників [2; 7; 8; 9].

Специфіка функціонування соціальних медіа у перехідних суспільствах пов'язана з низкою аспектів: з одного боку, в умовах обмеженої чи відсутньої свободи ЗМІ, несформованої незалежної преси, саме соціальні медіа набувають статусу альтернативних засобів масової комунікації; з іншого, виступаючи, за М. Кастельсом, як простір для розгортання суспільних практик [10, с. 78], нові медіа стають важливим чинником формування громадянського суспільства. Водночас відкритість і принципова нецензурованість соціальних медіа створює умови як для проявів деструктивної поведінки учасників мереж, так і для цілеспрямованих маніпулятивних зовнішніх впливів. Таким чином, соціальні медіа формують особливий інформаційний простір і водночас виступають у якості інструментів, ефект застосування яких слід враховувати як в ході досягнення суспільного консенсусу, так і оцінюючи ризики розгортання конфліктів.

Описана амбівалентність впливає із набору характеристик, притаманних електронним текстам загалом, і соціальним медіа зокрема. Електронні тексти є системоутворюючою ознакою інтернет-простору як соціальної реальності, а відтак він є дискурсивним за своєю природою, будучи при цьому найбільш динамічною та наймасштабнішою (за кількістю інформації – продукованої та такої, що циркулює в ньому) складовою інформаційного простору.

Отже, узагальнюючи і уточнюючи описані фахівцями конститутивні характеристики інтернет-комунікації, можна виділити ряд її визначальних рис, що характеризують, відповідно, інформаційні ресурси, створені, акумульовані, поширювані в інтернет-середовищі.

Представлення інформації в Мережі формує гіпертекстовий документ, що відрізняється від традиційних текстів нелінійністю, нескінченністю,

незавершеністю, відкритістю, зняттям протиставлення «автор – читач», доступністю для необмеженої кількості авторів, співавторів, читачів і співчитачів, інтерактивно пов'язаних з допомогою мультимедійного середовища мережі Інтернет, що можуть в реальному просторі та часі формувати, передавати, проглядати, продовжувати і змінювати, структурувати текст. Відтак, дискурс соціальних медіа характеризується демократичністю, оскільки гіпертекст принципово відкритий доповненню й навіть вимагає від свого споживача активного співробітництва. Як зауважує В. Штанько, «екранна культура ґрунтується не на оповіданні, на якому базується практично вся традиційна письмова культура, а на діалозі, що переходить у полілог» [11, с. 137].

Демократичність дискурсу соціальних медіа підтверджується доступністю інформації в інтернет-середовищі – йдеться про широке трансляційне покриття аж до необмеженої кількості учасників, досяжність інформації з будь-якої точки зв'язку. Доступність пов'язана не тільки з технічними параметрами, а й з феноменом нової соціальної організації: учасники інтернет-комунікації не розділені відстанями, політичними кордонами чи мовними бар'єрами. З огляду на це цілком виправданим видається визначення мережевого простору як «віртуальної агори та експериментального комунікативного майданчику XXI століття» [12, с.47.].

Таким чином, дискурс соціальних медіа передбачає діалогічність і полілогічність, постійний і повноцінний зворотний зв'язок, реалізований в нових комунікативних форматах, що визначає його демократичність. В результаті інтернет-комунікація інтенсифікує міжособистісні відносини, що проявляється у соціалізації та консолідації як окремих індивідів, так груп і співтовариств в цілому, і сприяє реалізації інтеграційної функції соціальних

медіа – формування колективної ідентичності через об'єднання авторів за життєвими позиціями й інтересами, цим самим перетворюючи соціальні медіа у «простір соціальної взаємодії», що сприяє формуванню громадянського суспільства [13, с. 98].

Поряд з цим соціальні медіа сприяють комунікації влади з громадянським суспільством у форматі «тут і зараз». Успіх такого діалогу забезпечується його неформальністю – розмитістю кордонів між особистим і публічним; демократичністю – можливістю включення в комунікацію абсолютно будь-якого користувача Інтернету, та оперативністю.

Важливим аспектом видається і така риса інтернет-комунікації, як анонімність – дистантність при бажанні забезпечує можливість учасникам спілкування надавати про себе відомості в обмеженому чи неповному форматі, або ж такі, що не відповідають дійсності. Водночас під анонімністю опублікованої інформації розумітимемо принципову неможливість перевірити достовірність інформації про співрозмовника чи повноту інформації про нього.

Анонімність важлива не лише в контексті розвитку громадянської журналістики в умовах недемократичних суспільств і політичних переслідувань. Анонімність також обумовлює психологічний комфорт комунікантів, створює статусну рівноправність у віртуальному світі, дає більше творчої свободи, а також сильно скорочує соціальну дистанцію порівняно із традиційним спілкуванням, відтак – сприяє безпрецедентному об'єднанню учасників інтернет-дискурсу в глобальне співтовариство. Таким чином, свобода самовираження в інтернет-дискурсі формує ще одну його рису – креативність, яку можна розглядати і як наслідок добровільності контактів, вимушений захід, коли автор повідомлення або тексту намагається

привернути увагу співрозмовника і компенсувати відсутність невербальної інформації.

Своєрідність протікання процесів міжособистісного сприйняття в Інтернеті призводить до того, що територіальна доступність і фізична привабливість втрачають своє регулююче значення, а спілкування будується завдяки подібності установок, переконань і цінностей. Основними категоріями соціальної мережі є довіра, думка, вплив та репутація [14, с. 92]. Саме тому для інтернет-дискурсу, і особливо для дискурсу соціальних медіа, характерний істотний вплив лідерів думки – учасників, інформація від яких сприймається, транслюється і використовується значною аудиторією. Ці явища є важливими, оскільки комунікаційний та мотиваційний потенціал соціальних медіа також зумовлює функцію організації прямої громадянської дії.

При цьому у дискурсі соціальних медіа практично не існує «авторитетів на високих п'єдесталах», «зірки» - медійні чи політичні, перебувають «на відстані одного кліка». Монологічна форма комунікації, коли немає змоги вступити в дискусію, висловити свою думку або хоча б «лайкнути», учасників цього дискурсу не цікавить. Завоювати її можна, лише зафрендившись із нею [15].

Характерна для учасників дискурсу соціальних медіа скептичність у ставленні до авторитетів парадоксальним чином поєднується із відкритістю для впливів стереотипів та маніпуляцій – виду психологічного впливу, використання якого призводить до прихованого збудження у реципієнта намірів, що не збігаються з його актуальними бажаннями [16, с. 59].

Сприйняття інформації, що поширюється у соціальних медіа, досить часто хвибує некритичністю. З одного боку, це зумовлено різким зростанням

потоків інформації і швидкості зміни повідомлень: вони або сприймаються відразу, або виявляються «похованими» під новою інформацією. Не випадково в англійській мові для позначення процесу пошуку інформації в мережі Інтернет використовується термін to surf - «серфінгувати», перелітати по гребнях з хвилі на хвилю. На сучасному інформаційному етапі розвитку здатність швидко знаходити, осмислювати, оцінювати і використовувати інформацію з усіма її зв'язками в глобальній інформаційній системі передається прямим значенням дієслова «перелітати з одного веб-сайту на інший» [17, с.120]. Водночас таким чином передається і конотація поверховості, неглибокого пізнання, «хапання вершків», яскравого і привабливого на противагу вдумливому рефлексуванню чи аналізу.

На ґрунтовний аналіз у реципієнтів часто не вистачає не лише часу, а і навичок. Остання обставина пов'язана з такою рисою інтернет-комунікації, як доступність – інтелектуальна (зрозумілість), комерційна, фізична. Читач може отримати пояснення будь-якого факту на будь-якому рівні складності – від енциклопедичних словників до форумів, де користувачі пояснюють один одному будь-які поняття, або картинок і карикатур, відеороликів на ту ж тему. Це, разом із зростанням масивів інформації, змінює культуру споживання меседжів, значно скорочуючи прийнятний обсяг тексту, в результаті більшість онлайн-аудиторії надає перевагу коротким повідомленням та візуальній інформації.

Водночас, вплив стереотипів і установок посилює поширеність стратегії добудовування комунікативної ситуації або образу партнера з огляду на вищезгадані елементи анонімності та відсутність невербального спілкування, що потенційно може підвищити рівень маніпулятивності комунікативного процесу в цілому [18, с.41-43].

Потенціал маніпулятивності дискурсу соціальних медіа зумовлений, серед іншого, його високою експресивністю. Ця риса пов'язана з одного боку, із індивідуалізованістю соціальних медіа, що покликані дати можливість користувачам створити власне представництво у віртуальній реальності, стати комунікатором для певної аудиторії, а також задовольнити свої потреби у самореалізації та самовираженні, відтак характеризуються принциповою суб'єктивністю подачі матеріалів та персоналізацією за рахунок формування в текстах особистісної позиції автора. З іншого боку, відкритість для впливів значним чином визначається візуальністю і навіть видовищністю соціальних медіа. Мультимедійність мережевих інформаційних ресурсів, що забезпечується новітніми технологіями багатоканальної передачі інформації, під час якої поєднуються різні знакові системи, дозволяє об'єднати у веб-документі графіку, текст, відео, аудіо, фотографію, анімацію, звукові ефекти, звуковий супровід і т.д., що розширює параметри тексту, змінює співвідношення статички і динаміки – від перегляду «усім світом» масових заходів – спортивних, культурних, політичних подій, до бойових дій, що їх сьогодні можна спостерігати у, по суті, прямому ефірі. Таким чином формується досвід спільного переживання, сильні емоційні зв'язки між реципієнтами та завищений рівень експресивності інтернет-комунікації в принципі.

Водночас фахівці у сфері масових комунікацій за результатами аналізу читання, коментування і посилань на публікації у соціальних медіа стверджують, що формування інформаційного середовища кожного учасника визначається феноменом егокастингу, коли людина свідомо чи несвідомо добирає саме ті джерела інформації (людей, медіа), які поділяють або пропагують близькі та комфортні для неї цінності або погляди. Таким чином,

утворюється своєрідні захисні кокони, "камери відлуння", в яких користувачі самостійно групуються в невеликі колективи зі схожими поглядами, що уможлиблює перебування людини в зоні інформаційного та емоційного комфорту. Фактично люди, які дотримуються певної політичної точки зору, читають матеріали, що лише підкріплюють їхню віру та ідеї [15; 19]. Так, у американській блогосфері дослідники виділяють чітко означені кластери блогерів, зосереджених на обговоренні політичних питань з певної політичної точки зору, які посилаються на ідеологічно дружні ЗМІ, а також на блогерів з тими ж політичними переконаннями, причому не посилаються на безпосередньо опонентів, навіть для того, щоб вступити в прямі дискусії [20]. Дослідження ідеологічної гомофілії серед американських політичних блогерів виявили, що тільки близько 10-15% всіх посилань в постах серед американських політичних блогерів перетнули «політичний кордон» [21]. Аналогічні дослідження щодо українських соціальних медіа поки відсутні, проте емпіричні спостереження підтверджують відповідні тенденції, наслідком яких є ситуація, коли в результаті фільтрації новин та інформації, що не відповідає вже існуючим поглядам, думки в суспільстві поляризуються. Пробити такий інформаційний захисний егокастинг мають змогу лише медіа з високим рівнем персоналізації та адаптивності або ж сильний чи неодноразовий «зрив шаблону» - коли реалії життя різко контрастують із картиною, створюваною в групі.

Дискурс соціальних медіа, в силу своєї специфіки, має і інші дисфункції [22]. По-перше, відбувається збільшення розриву між активними та пасивними індивідами через нерівномірність доступу до інформаційних технологій. По-друге, індивідуалістичний характер цифрових технологій може бути небезпечним для громадянського суспільства через можливе

ослаблення і розмивання колективних дій та зв'язків усередині реальної спільноти, декларативно-віртуальну участь у громадському житті тощо. По-третє, непрофесійний характер масових комунікацій у соціальних медіа може призводити до профанації обговорюваних проблем, як умисної, так і неумисної, наслідком чого є викривлення інформації та некоректне формування громадської думки.

Передумови для посилення девіантної комунікативної поведінки створює і анонімність та дистантність спілкування в Мережі: свобода вільно висловлювати думки без страху перед наслідками супроводжується зниженням до мінімуму відповідальності за поведінку, що призводить до поширення деструктивних моделей комунікації. Такими моделями, характерними для дискурсу соціальних медіа, що використовуються як приватними особами, так і професіоналами, є засмічування, створення надмірних інформаційних шумів - відомі в Мережі як «спам» чи «флуд» ; провокації та дискредитація, для яких учасники інтернет-дискурсу використовують терміни «тролінг» і «флейм» ; відверта агресія: віртуальній комунікації може бути притаманне психологічне насильство – залякування, негативна оцінна лексика, що викликає в опонента образу, зачіпає самолюбство, гідність та честь. Дезінформація як умисне розповсюдження викривлених та усвідомлено хибних тверджень задля досягнення певної переваги становить небезпеку перетворення соціальних медіа на простір інформаційних війн та втягнення в них аудиторії. Водночас цей простір може бути плацдармом для випробувань нових технологій впливу, зокрема рекламних та політичних [23]. При цьому слід визнати, що підвищена маніпулятивність є, швидше, не визначальною характеристикою інтернет-дискурсу, а рисою мас-медійного дискурсу сьогодення загалом. З тим лише

уточненням, що Інтернет надає додаткові технологічні, та, в силу описаних вище специфічних рис дискурсу соціальних медіа, психологічні можливості для маніпуляцій.

Отже, стрімка інформатизація всіх сфер людського життя наприкінці 20-го початку 21-го століття сприяла не тільки створенню і розвитку інноваційних способів подання, зберігання і пошуку інформації, а й формуванню нового унікального соціокультурного та лінгвістичного середовища і реальності, що активно формується з розвитком мережі Інтернет. Характерна для них оперативність, полілогічність, персоналізованість і відсутність обмежень дає соціальним медіа істотні переваги та робить їх, водночас полем застосування маніпулятивних технологій. Водночас недостатньо оціненими сьогодні залишаються адаптивні можливості соціальних медіа, пов'язані із здатністю поєднувати комунікацію і авто-комунікацію, що принципово змінює психологічні умови для користувача як особистості [24, с.26]. Ця особливість, поєднана із полілогічністю дискурсу соціальних медіа, дозволяє висувати припущення про принципову здатність його учасників до саморефлексії, вироблення свого роду «інформаційного імунітету» як способу подолання дисфункцій та протидії маніпулятивним технологіям.

4..2. Основні тенденції формування громадянської активності в протистоянні інформаційній агресії

Стрімкий розвиток новітніх інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), поява електронних ЗМІ, діалогових способів політичної комунікації, різке збільшення швидкості передачі повідомлень, формування «електронних спільнот» (наприклад, користувачів Інтернету) сформували принципово нові глобальні субстанції – інформаційне суспільство та інформаційний простір, які мають нині практично необмежений потенціал і відіграють провідну роль в економічному та соціальному розвитку кожної країни світу. Активно проникаючи у сферу політики, нові інформаційні та комунікативні технології не тільки якісно видозмінили, а й зламали багато старих уявлень, установок, стереотипів, форм поведінки, моделей взаємовідносин між індивідами й групами, політичними інститутами та структурами. «При цьому ствердження, що сучасні комунікаційні технології допомагають встановити нові дружні зв'язки між людьми, яких розділяють культурні бар'єри, державні кордони та фізичні відстані, як правило, маскує безперервну боротьбу між провідними державами світу за встановлення власного домінування в інформаційному просторі і право розповсюдження необхідних соціально-політичних концепцій серед населення як своєї країни, так і інших держав» (використання за кордоном мережі Інтернет в інтересах ведення інформаційних війн) [3].

Іншими словами, об'єктивно зростаюча глобальність інформаційної сфери призводить до того, що створювана інформаційно-комунікаційна інфраструктура країни та національні інформаційні ресурси виявляються об'єктами, вельми уразливими для впливу з боку геополітичних конкурентів,

терористичних організацій, кримінальних груп і окремих зловмисників. Тому на сьогодні цілком природно постала проблема контролю та подальшого врегулювання відповідних взаємовідносин шляхом побудови надійної системи безпеки інформаційного простору, відсутність якої може призвести до втрати політичної незалежності будь-якої держави світу, адже йтиметься про фактичний програв нею змагання невійськовими засобами та підпорядкування її національних інтересів інтересам протиборчої сторони.

Експерт з питань інформаційної безпеки Д. Золотухін стверджує, що для того, аби адекватно реагувати на російські інформаційні загрози, Україна повинна вибудувати чітку ієрархію управління всередині державних структур і між ними. Цей шлях має містити: ідентифікацію загрози в інформаційному просторі; застосування нормативно-правової бази для чіткого її опису; жорстку та чітку реакцію держави для нівелювання іноземної інформаційної агресії [60].

У травні 2015 р. Експертна рада при Міністерстві інформаційної політики України представила Проект «Концепції інформаційної безпеки України». У Концепції окреслені два найважливіші напрями діяльності державних структур: забезпечення сталого розвитку інформаційного простору України з метою досягнення ним такого рівня, який завдяки своїм властивостям міг би протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам; забезпечити створення та функціонування системи захисту процесу розвитку інформаційного простору від загроз [61]. Серед загроз інформаційній безпеці України автори Концепції зокрема виділяють: «Загрози комунікативного характеру у сфері реалізації потреб людини і громадянина, суспільства та держави щодо продукування, споживання, розповсюдження та розвитку національного стратегічного контенту та інформації містять:

1) зовнішні негативні інформаційні впливи на свідомість людини та спільноти через засоби масової інформації, а також мережу Інтернет, що здійснюються на шкоду державі та мають на меті: спроби змінювати психічні та емоційні стани людини, її психологічні та фізіологічні характеристики; здійснювати керований вплив на свободу вибору, шляхом поширення у національному інформаційному просторі культу насильства та жорстокості, зневажливого ставлення до людської та національної гідності, розпалювання міжрелігійної, міжетнічної та міжнаціональної ворожнечі, ненависті за етнічною, мовною, релігійною та іншими ознаками; поширення закликів до сепаратизму, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності держави;

2) інформаційний вплив на населення України, у тому числі на особовий склад військових формувань, мобілізаційний резерв, з метою послаблення їхньої готовності до оборони держави та погіршення іміджу військової служби;

3) поширення суб'єктами інформаційної діяльності викривленої, недостовірної та упередженої інформації для дискредитації органів державної влади, дестабілізації суспільно-політичної ситуації, що значно ускладнює прийняття політичних рішень, завдає шкоди національним інтересам чи створює негативний імідж України;

4) загрози свободі слова, що виражається у: втручанні в редакційну політику з боку власників засобів масової інформації; відсутності правової бази для посилення ролі творчих (трудових) колективів і редакцій у процесі здійснення редакційної політики засобами масової інформації всіх форм власності; монопольна концентрація власності на засоби масової інформації та засоби донесення інформації до споживача, що надає можливість

здійснювати цілеспрямований вплив на користувачів інформації; створення адміністративних і нормативно-правових передумов для обмеження свободи слова, маніпулювання суспільною свідомістю як під зовнішнім впливом, так і з боку внутрішніх політичних організацій, комерційних структур та окремих осіб;

5) створення, розповсюдження, передача та зберігання інформації з метою підтримки, супроводження чи активізації злочинної та терористичної діяльності».

Як видно зі змісту Концепції, в Україні, нарешті, зроблені правильні висновки з тих складних економічних, політичних і особливо інформаційних реалій, у яких опинилася Україна. Перебуваючи фактично в стані інформаційної війни з Російською Федерацією, нашій державі, нашому суспільству доводиться протистояти негативним впливам на всіх рівнях зовнішнього ворожого тиску значно потужнішого супротивника. При цьому переважна більшість експертів, як вітчизняних, так і зарубіжних, визнають, що Україна виявилася не готовою до так званої «гібридної війни», яку проводить Росія. Лише в останні декілька місяців стає зрозумілим масштаб можливостей російської політичної еліти до протистояння з Україною. Специфіка інформаційної війни при цьому орієнтована на дуже серйозний результат, пов'язаний із загрозами ментальним основам самоідентифікації українців, що створюють загрози розмивання ментального імунітету нації, незворотності результатів негативних інформаційних впливів.

У контексті інформаційної політики формування цільової аудиторії та її потреб здебільшого відбувається під масштабним впливом ЗМІ (традиційні, електронні, Інтернет, соціальні мережі). Висвітлюючи ту чи іншу проблематику, вони не просто передають факти, а й, що головне,

впливають на їх сприйняття аудиторією, тим самим формують конкретну думку про подію чи явище, зумовлюють виникнення позитивних чи негативних емоцій. З початку інформаційної агресії російська пропаганда поширювалась як через сепаратистські, так і деякі національні й місцеві ЗМІ, а також численні соціальні медіа (Classmates.com, Facebook, Vk, Twitter, Writemore.ru, Reddit). Останні, зокрема, перетворилися не лише на простір побудови комунікативних зв'язків, а й стали об'єктом численних інформаційних атак з метою дискредитації як особистих, так і державницьких інтересів. В Україні частка мережевих комунікацій становить на сьогодні чи не найбільший і найвагоміший сегмент інформаційного простору держави, адже нині в мережі представлено більшість державних органів, урядових і громадських організацій, бізнес-структур. Спільним для них є те, що в умовах зовнішньої інформаційної агресії всі вони є потенційними жертвами таких засобів впливу, як тролінг, фейк, спам, флуд, офтоп, бот тощо, які можуть містити численні заклики антидержавницького характеру, або ж спонукання до масових протестних рухів. Крім того, соціальні мережі являють собою своєрідну базу даних, тому постійно перебувають у зоні ризику вірус-атак.

Так, Україна увійшла до топ-15 країн з найбільшою кількістю DDoS-атак. Ці дані отримала компанія Kaspersky Lab під час аналізу внутрішньої статистичної інформації за перші три місяці 2015 р. Кількість DDoS-атак з використанням ботнетів в Україні збільшилася порівняно з попереднім аналогічним періодом і становила 122. Усього в I кварталі 2015 р. кіберзлочинці здійснили понад 23 тис. DDoS-атак із застосуванням ботмереж на ресурси, розташовані в 76 країнах [10]. Як стверджує З. Циренжапов, «одним із основних інструментів деструктивного інформаційного впливу в

умовах інформаційної агресії стали саме соціальні мас-медіа, оскільки об'єктами руйнування стали ціннісні орієнтири суспільства, національний менталітет, суспільний ідеал тощо. У зв'язку з цим однією з найважливіших цілей державної інформаційної політики необхідно визнати формування механізмів інформаційно-комунікативної протидії негативному впливу ззовні» [11].

У контексті цього механізм впливу громадськості на соціальні медіа сьогодні найбільш оперативно спрацьовує саме у випадку моніторингу та оперативного реагування активної аудиторії, блогерів, медіа-активістів і простих користувачів Інтернету. Це проявляється в таких сферах:

- активність звичайних користувачів – взаємодія громадськості зі ЗМІ відбувається через коментарі на сайтах та в соціальних мережах. Складність цього методу в тому, що б знати напевно, хто є справжньою людиною, а хто ботом. Крім того, пересічний користувач не завжди може виявити обман чи маніпуляції в медіа;

- блогери, які пишуть про ЗМІ. Їхня діяльність часто недооцінюється, проте сьогодні можна сказати, що їхня роль у суспільстві стрімко наближається до ролі журналістів. В Україні діяльність блогерів ніяк не визнається офіційно й не регулюється на законодавчому рівні. Блогери та медіа-активісти впливають на медіа-середовище різними доступними методами. Починаючи від написання постів чи окремих блогів про певний медіа-ресурс до відвертого тролінгу. Усе частіше аудиторія таких блогерів у соціальних мережах чи не більша від аудиторії самих ЗМІ;

- проекти, які критикують ЗМІ, політиків, блогерів, журналістів популярними сьогодні стають проекти, які намагаються критикувати різних представників медіа-сфери. З іншого боку, є тонка грань між маніпуляцією та

реальною критикою, коли блогери намагаються дискредитувати владу чи журналістів;

– громадські організації, які контролюють ЗМІ (Інститут масової інформації, «Телекритика», MYMEDIA) – це ресурси, які займаються постійним моніторингом та аналізом ЗМІ, працюють з рівнем освіченості журналістів та якості їхніх матеріалів. Контроль від цих організацій систематичний, але такий оперативний, як у випадку з активними користувачами мережі;

– залучення користувачів мережі до контролю ЗМІ – прикладом може бути конкурс «Лови джинсу», який проводив Інститут масової інформації. У 2014 р. під час проведення парламентських виборів 2014 р. на конкурс було надіслано понад 550 матеріалів із 17 областей України. Метою конкурсу було популяризувати ідеї критичної оцінки медіа та підвищення медіа-грамотності населення;

– «економічні санкції», спрямовані проти ЗМІ. Можливість не купувати, не читати, не дивитися певне медіа, таким чином оголошуючи бойкот їхнім власникам. Найвідоміші випадки – акції, організовані громадськістю проти газети «Вести», бойкот російського кіно та серіалів.

Оскільки сферу мережевих комунікацій складно відслідковувати виключно методами державного регулювання, то особливого значення у відстоюванні вітчизняних позицій у цьому сегменті набувають медійні ініціативи громадських організацій та різноманітних об'єднань [12], як приклад:

1. Український кризовий медіа-центр (<http://uacrisis.org/ua>) – покликаний надавати світовій спільноті об'єктивну інформацію про події в Україні, виклики й загрози національній безпеці, зокрема у військовій, політичній,

економічній, енергетичній, гуманітарній та інформаційній сферах. Центр надає підтримку всім представникам засобів масової інформації, які висвітлюють події в Україні, проводить щоденні брифінги, розсилає матеріали про українські події на адреси редакцій та журналістів світових ЗМІ.

2. Euromaidan Press (<http://euromaidanpress.com>, <https://www.facebook.com/maidanpr?fref=photo>) – фокусується на українських новинах і подіях, містить статті експертів, переклади з місцевих медіа, прагне бути «мостом між Україною та англомовним світом». Містить окремі рубрики, присвячені політиці Росії та інформаційній війні.

3. «Інформаційний спротив» (<http://sprotyv.info/ru>) – протидія зовнішнім загрозам в інформаційному полі, які постають перед Україною в різних сферах: воєнній, економічній, політичній та інфобезпековій. ІС функціонує як ініціатива неурядової організації «Центр воєнно-політичних досліджень» (м. Київ). Ресурс оперативно інформує про події в Україні, надає аналітику, підготовлену власними й запрошеними українськими та іноземними експертами з неурядових і державних організацій.

4. «Лікбез. Історичний фронт» (<http://likbez.org.ua>) – метою проекту є створення багатомовного інтернет-ресурсу, на якому б містився достатній обсяг інформації з історії України, формування Української держави, витоків українсько-російських конфліктів. На сайті публікуються матеріали, присвячені суперечливим питанням українсько-російських відносин, спростовуються негативні стереотипи та перекручування фактів української історії.

5. Boycott Russia Today (<https://www.facebook.com/boycottrussiatoday>) –

вимога заборони в США трансляції каналу Russia Today, допоки він не припинить показувати антиукраїнську пропаганду. Поширює статті, що викривають пропаганду.

6. StopFake (<http://www.stopfake.org>) – перевірка та спростування спотвореної інформації й пропаганди про події в Україні, яка поширюється в ЗМІ. Сайт має російську та англійську версії.

7. «Українські кібервійська» (<https://www.facebook.com/eugene.dokukin>) – «кібербатальйон» для проведення оборонних і наступальних операцій в Інтернеті, для протидії сепаратистам і терористам та протидії інформаційній війні проти України. Блокування рахунків терористів, блокування сайтів, що поширюють терористичні гасла, фіксація переміщення російської військової техніки.

8. TrolleyBust.com (<http://trolleybust.com>) – відстеження та блокування інтернет-тролів, ботів та інших джерел антиукраїнської пропаганди. У просуванні зовнішніх негативних меседжів в українському інтернет-просторі особливої популярності набули саме боти (імітація діяльності людини в мережі), які постачають коментарями сайти для всіх популярних медіа країни, а також найпопулярніших інтернет-ресурсів суспільно-політичного спрямування. Основна тематика дописів і коментарів, як правило, стосується зовнішньої політики України й США, військових дій на Сході України, конфліктів між українськими владними та бізнесовими структурами, діяльності окремих політичних лідерів тощо.

Крім того, у рамках мережевого сегмента інформаційного простору за участі ЗМІ та громадських організацій здійснюється інформаційне просування України у світі шляхом створення якісних іншомовних версій сайтів провідних українських телеканалів з онлайн-трансляціями; створення

інтернет-ресурсів, які містять вичерпні та оновлювані на постійній основі дані про участь російських регулярних військ і найманців у агресії проти України, зокрема з іншомовними версіями; інформування громадськості щодо програм прес-турів для іноземних журналістів; налагодження контактів українських журналістів із представниками російської регіональної та місцевої преси з метою надання альтернативних точок зору на події в Україні; проведення інтернет-конференцій з лідерами думок в експертних середовищах різних країн тощо.

V БІБЛІОТЕКИ В СИСТЕМІ ЗМІЦНЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОСВІДОМОСТІ СУСПІЛЬСТВА

5.1. Бібліотеки в культурних взаємодіях цифрової епохи

На сучасному етапі людство перебуває в процесі глибоких соціокультурних трансформацій, тобто набрання суспільством нових рис – зміни в життєвих стандартах, зразках поведінки й потребах, що відповідали б вимогам часу. Визначальним чинником зазначених процесів можна назвати глобалізацію, що, за визначенням М. Арчер, приводить до поєднання структур, культур й інститутів, яке охоплює весь світ. Таким чином, глобалізація, пронизуючи всі рівні соціальної структури, які перестають бути замкненими в собі, робить світ «тіснішим», а життя «швидшим». У зв'язку з цим утворюються нові цінності, пов'язані з мінливістю, «гнучкістю», «пластичністю» реальності. Глобалізація, з одного боку, припускає свободу різноманіття і через це знаходить своє втілення в теорії «мультикультуралізму», в основу якого покладено принцип мозаїчності культур різних соціальних груп, а з іншого – несе гомогенізацію світової спільноти, життя відповідно до єдиних принципів, єдині ціннісні переваги, бажання все універсалізувати.

Сучасні проблеми актуалізують завдання творчої трансформації духовно-ціннісних орієнтирів у «глобальній ойкумені» – просторі постійних культурних взаємодій, взаємопроникнення культур й обміну культурним досвідом [1]. Сучасна культура, за визначенням У. Ганнерса, через високі технічні можливості комунікацій є відкритою ойкуменою, у якій культурні

взаємодії і впливи дають про себе знати в масштабі всього людського співтовариства.

У формуванні єдиного інформаційного простору істотну роль, поряд із традиційними культурними обмінами, в останні десятиліття відіграють електронні інформаційні ресурси. Функцію інформаційного забезпечення процесів, що відбуваються в різних сферах суспільного життя, виконують численні інформаційні системи, під якими у вузькому значенні розглядається технологічна система, що є сукупністю технічних, програмних та інших засобів, об'єднаних структурно і функціонально для забезпечення одного або декількох видів інформаційних процесів і надання інформаційних послуг. Як приклад інформаційної системи в широкому значенні цього поняття дослідники [2] розглядають згаданий єдиний інформаційний простір, який, власне, набув реальних, а не лише науково спрогнозованих обрисів з появою глобальних комп'ютерних систем.

Основними категоріями, які характеризують інформатизацію як соціокультурний процес, служать уявлення про інформаційний фонд та інформаційний потік. Інформаційний фонд становить усю культурну інформацію, якою володіє людство. Під «інформаційним потоком» розуміється та культурна інформація, яка наразі циркулює в суспільстві, передається суб'єктом інформаційної взаємодії об'єкту і використовується останнім як засіб соціальної діяльності. При цьому вищим рівнем інформації виступає знання – упорядкована, прирощена й збережена інформація [3].

У глобальному інформаційному просторі за допомогою гіперпосилань зв'язуються інформаційні масиви, створювані дослідними колективами в різних куточках планети. Гіперпростір може розглядатися як потенційне сховище пам'яті цивілізації. У цьому сенсі примітна ідея Т. Нільсона, який

запропонував ідею відкритого гіпертексту, здатного до саморозвитку, спроможного зібрати воедино інформацію з усього світу, з минулого, сьогодення і майбутнього [4]. Ця ідея пояснює, чому часто Інтернет називають «світовою електронною бібліотекою».

Очевидно, що залучення України в глобальні та європейські інтеграційні процеси справило значний вплив на збільшення обсягів циркулюючої в соціумі інформації, інтенсивність інформаційних потоків і зростання значущості інтеграції культури народів України в європейський і світовий інформаційний простір зі зміцненням при цьому культурних зв'язків. У цьому контексті актуалізувалися такі важливі питання, як збереження колективної пам'яті української нації і забезпечення доступу до культурних багатств, накопичених не тільки громадянами нашої держави, а й світовою спільнотою. Адже, за визначенням російського філософа В. Стьопіна, культура є системою інформаційних кодів, що закріплюють історично накопичений соціальний досвід. Як визначає учений, поряд із біологічним, генетичним кодом, що закріплює і передає від покоління до покоління біологічні програми, людство має ще одну кодуєчу систему – соціокод, за допомогою якого передається від людини до людини, від покоління до покоління і розвивається масив соціального досвіду, умовою зберігання і трансляції якого є його фіксація в особливій знаковій формі [5]. Актуальність цієї формули зростає на тлі глобалізації, оскільки засобом проти збіднення або обмеження культури людства служить збереження і поширення різних національних культур.

На відповідних тенденціях наголошують у спільному Маніфесті ЮНЕСКО та ІФЛА. Документ, зокрема, декларує, що культурна і мовна різноманітність є спільною спадщиною людства, яке слід берегти й зберігати

в загальних інтересах. Воно є джерелом обміну, інновацій, творчості й мирного співіснування.

Бібліотекам усіх типів слід враховувати, просувати культурне й мовне розмаїття на міжнародному, національному й місцевому рівнях, підтримуючи, таким чином, крос-культурний діалог й активну громадянську позицію [6].

Увага, що відводиться в зазначених процесах бібліотекам, цілком виправдана. Серед напрямів діяльності сучасних бібліотек можна виділити оцифрування фондів, що, з одного боку, створює умови для консервації оригіналу видання, а з іншого – сприяє більш широкому запровадженню інформації в науковий, освітній та культурний обіг. Водночас ця діяльність є складовою процесу формування електронної культури, що є наслідком становлення інформаційної цивілізації і поширення її на сферу культури людства.

Електронна культура (Digital Culture, E-culture) пов'язана зі створенням і розповсюдженням електронних версій закладів колективної пам'яті (бібліотек, музеїв, архівів) і об'єктів культури і культурної спадщини. Бібліотеки, музеї, архіви мають у своїх фондах велику кількість рідкісних і цінних документів, доступ користувачів до яких обмежено з ряду причин – незадовільний фізичний стан, обмеження примірників тощо. Створення цифрових копій таких видань є не лише одним з можливих варіантів їх збереження і надання вільного доступу до них через мережу Інтернет, а й елементом процесу формування електронної культури, пов'язаної зі створенням і розповсюдженням електронних версій закладів колективної пам'яті (бібліотек, музеїв, архівів) і об'єктів культури й культурної спадщини [7].

Отже, одним з елементів е-культури можна вважати традиційні об'єкти культури й мистецтва, репрезентовані засобами інформаційно-комунікаційних технологій. З огляду на це об'єктами е-культури є електронні бібліотеки, віртуальні музеї, мультимедійні реконструкції пам'ятників, «семантична мережа» в середовищі Інтернету, що акумулюють, зберігають та надають доступ до систематизованих і каталогізованих фактів культурології, археології, етнографії, мистецтвознавства, історіографії тощо. У рамках цього підходу створено Європейську мережу експертних центрів для дослідження та освіти в галузі е-культури (E-Culture Net) [8].

Водночас електронна культура може розглядатися в значно ширшому розумінні – як якісно нова соціально-антропологічна реальність, оскільки оцифровані об'єкти культури набувають більшого значення, ніж просто інструментальне використання технічних можливостей, а стають відносно новою цифровою сферою соціокультурної діяльності людини. Електронні технології та Інтернет відкривають нові форми вираження людини, змінюють ролі й статуси інститутів культури й мистецтва. Такий погляд на проблему фіксує і Звіт Нідерландської ради з культури «Від ІКТ до е-культури» 2003 р. [9], що пропонує розглядати е-культуру як процеси виробництва, розподілу, презентації і збереження. Ці процеси формують три аспекти електронної культури: застосування ІКТ в існуючих межах (оцифровка інформації); культурні інновації цифрових технологій, що дає нові комбінації форм у поєднанні зі змістом; і, нарешті, зміни в організації культури.

А. Рончі [10] доводить, що одна з інституцій електронної культури – віртуальний музей – це не просто колекція графічних образів, відтворених на комп'ютері. Навпаки, це – нова реальність, у яку вживається людина. Дж. де-Хаан і Фр. Хьюсман вважають, що термін «е-культура» означає не тільки

поширення нової інформаційної технології та її застосування для різних цілей, а так само зміну ряду соціальних відносин, цінностей, норм, стереотипів поведінки. При цьому технологічні знання становлять істотну частину культури, її нові стереотипи, ритуали, норми.

Ряд інших авторів, наприклад М. Шварц, вносять соціологічний акцент у тематику. Е-культура – це сукупність соціальних інститутів, організованих засобами ІКТ: е-торгівля (e-commerce), е-освіта (e-learning), е-політика (e-polity), е-наука (e-science) та ін. Поняття е-культури підкреслює факт становлення інформаційного суспільства, цифрової сфери спілкування і означає не тільки застосування нових технологій, а й нові можливості для вираження всіх сфер життя суспільства.

Не позбавлені інтересу дефініції російських дослідників. О. Шликова вважає, що е-культура – не техногенне явище, а соціокультурний феномен, що впливає на ментальність, культуру в цілому, способи сприйняття, трансляції соціокультурної інформації [11].

З наповненням електронних бібліотек, поряд зі створенням електронного контенту, пов'язані проекти з оцифрування фондів, що, з одного боку, створює умови для консервації оригіналу видання, а з іншого – сприяє більш широкому запровадженню інформації в науковий, освітній і культурний обіг. Розробка цифрових програм збереження культурної спадщини активно здійснюється останні 20 років. Серед перших цифрових бібліотек – цифрова бібліотека Британської бібліотеки, яка в 1993 р. створила не тільки повний каталог свого сховища, а й оцифрувала 80 % повнотекстових видань. У подальшому Британська національна бібліотека стала основою для єдиної Національної бібліотеки Великобританії. Її творці є розробниками єдиного національного стандарту на метадані для опису об'єктів цифрового

збереження. Японську національну електронну бібліотеку було започатковано ще в 1989 р. Її загальна вартість становила 500 млн дол.

Метою американського проекту «Національна цифрова бібліотека» (<http://lcweb2.loc.gov/amhome.html>) є забезпечення зберігання в цифровій формі 1 млн документів (тексти, фотографії, звукозаписи і фільми), що мають загальнонаціональне значення і належать до історії США. В одній з найбільших бібліотек світу – Бібліотеці Конгресу США – щоденно сканується від 75 до 200 документів. За підрахунками фахівців, для того щоб оцифрувати весь фонд бібліотеки, який нараховує 134 млн об'єктів, необхідно не одне десятиліття.

Інститут наукової і технічної інформації (INIST, www.inist.fr), що є французьким центром документації, першим (у 1990 р.) виконав роботу зі сканування 1500 міжнародних наукових журналів на систематичній основі з метою комп'ютеризації процедур передачі документації. Проект «Нова національна бібліотека Франції» був задуманий президентом Франції Ф. Міттераном і почав діяти в жовтні 1998 р., загальнодоступні документи можуть бути отримані через Інтернет (www.bnf.fr). Фонди Французької національної бібліотеки планують оцифрувати зі швидкістю 150 тис. творів на рік.

Розпочате в 1995 р. оцифрування бібліотечних фондів стрімкими темпами відбувається в Німеччині. Згідно з національним проектом, відповідальність за цифрову обробку документації, розділеної за хронологічним та тематичним принципами, покладається на різні бібліотеки.

Одним із перших глобальних цифрових проектів став Internet Archive, що у 1996 р. започаткував консолідацію задля збереження веб-контенту. З того часу програму поширено на багато інших типів контенту, наприклад,

оцифровані тексти, відео та зображення. За час свого існування Internet Archive продемонстрував гнучкість у підході до проблеми цифрового збереження, швидко створюючи базу, що її історик Р. Розенцвейг (Roy Rosenzweig) назвав «найбільшою у світі базою даних і бібліотекою всього за п'ять років» [12].

Науково-практичне осмислення сучасного розуміння проблеми збереження цифрових ресурсів започаткувала публікація в 1996 р. доповіді Групи з архівації електронної інформації (США), у якій підкреслювалися виникаючі загрози й проблеми цифрових технологій і висувалася ідея появи «глибокої інфраструктури», здатної для їх вирішення [13].

Хоча основний масив аспектів цифрового збереження, що потребують пошуку шляхів вирішення, мають технічний характер, розвиток цього процесу не може бути відокремлений від соціальних, економічних, правових та організаційних умов, що лежать в її основі. Соціальна складова цифрового збереження визначається не в останню чергу тим, що постійний доступ до цінної інформації є життєво важливим для багатьох галузей суспільного життя, включно з науковими дослідженнями, освітнім і культурним розвитком.

Сьогодні цифрове збереження передбачає активне керування контентом, що визначається як ряд дій і заходів, необхідних для забезпечення безперервного і надійного доступу до цифрових об'єктів, доки вони представляють цінність [14]. При цьому західні дослідники [15] розглядають цифрове збереження як багатоаспектний процес і наголошують, що значуща взаємодія з цифровим середовищем інформації – наукових ресурсів, навчальних матеріалів і культурних артефактів, інтегрованих і доступних, організованих таким чином, щоб сприяти традиційному використанню і

продувати й заохувати нові його види, залежить від ряду умов, серед яких – *передбачуваність і комплексність*. Ідеться про те, що цифрові ресурси повинні бути згруповані. У випадку неповного охоплення, наявності інформаційних лакун, непорядкованості їх ефективність істотно знижуватиметься.

Не менш важливою умовою є *взаємодія* – цифровий контент повинен легко розділятися між послугами або користувачами і так само легко згруповуватися у випадку потреби; використовуватися без спеціальних інструментів; мати можливість бути представленим у різних середовищах, а також підтримувати послідовні методи для виявлення і взаємодії. Необхідні також механізми для авторитетного атрибутування (упізнання) контенту, сервісів і користувачів, що взаємодіють у рамках інформаційного середовища, а також для керування правами інтелектуальної власності й конфіденційності, забезпечення цілісності та автентичності змісту й послуг.

Збереження, як одна з найактуальніших проблем керування цифровими ресурсами, має на меті забезпечити їх тривале майбутнє як для того, щоб захистити інвестиції в цифровій колекції, так і для того, щоб наукові й культурні ресурси були представлені в нинішніх і майбутніх зібраннях з історичною спадкоємністю і різноманітністю.

Таким чином, актуальні проблеми наразі мають менше спільного з цифровим збереженням як технічне питання, а швидше вписуються в ширшу тему цифрового керування (*digital stewardship*), виходячи з розуміння, що цифрове збереження не є ізольованим процесом, а одним із компонентів широкої сукупності взаємопов'язаних послуг, політики й зацікавлених сторін, що, власне, і формують цифрове інформаційне середовище.

Це, у свою чергу, вимагає розглядати цифрове збереження не тільки як механізм для забезпечення послідовностей бітів інформації, а й як процес, що передбачає повний спектр послуг підтримки електронних інформаційних середовищ, а також всеосяжні економічні, правові та соціальні контексти.

Отже, цифрове збереження доцільно розглядати як постійну, безперервну діяльність, оскільки цифрові методи збереження втрачають або істотно знижують свою дієвість після погіршення стану об'єкта збереження, вони є найбільш ефективні у випадку їх превентивного застосування, оскільки пошкоджений або застарілий об'єкт часто неможливо (або дуже дорого) відновити. Таким чином, збереження поступово стає елементом керування цифровими матеріалами.

Цифровий контент часто втілює ступінь структурної складності, не притаманний фізичним матеріалам. Він може поєднувати декілька форматів, включаючи одночасно текст, зображення, анімацію, звук і відео; може бути інтерактивним, надаючи користувачам інструменти для створення альтернативного виду або посилання на новий зміст; змінним – може бути оновлений або розширений протягом тривалого часу чи, навпаки, розділеним на частини, з тим щоб елементи поширювалися і використовувалися окремо або повторно об'єднувалися для створення нових ресурсів. Таким чином, цифровий контент може включати в себе функції, що не мають еквівалента в аналоговому світі. У зв'язку з цим виникають питання, пов'язані з особливими вимогами і функціями цифрового об'єкта: для деяких цілей він повинен бути ідеальним заміником оригіналу, з повним спектром функціональних можливостей та ідентичним візуальним образом, водночас не виключені ситуації, коли збереження інтелектуального змісту об'єкта достатньо. Ще однією точкою дискусії є період збереження цифрових

архівних копій: для одних об'єктів – безстрокове, для інших – лише на визначений термін. Отже, вибір стратегії збереження повинен відображати консенсус усіх зацікавлених сторін, пов'язаних з архівуванням цифрових матеріалів. Тут важливо чітко сформулювати мету збереження, що дає змогу визначитися з додатковими умовами.

Паралельно виникає проблема відбору, оскільки 100-відсоткове збереження з очевидних причин є завданням не здійсненним, як, утім, і не потрібним. Тут фахівці обговорюють два варіанти: максимальний збір цифрових матеріалів, з подальшим «просіюванням із плином часу», тобто відбору для тривалого. Інша стратегія базується на визначенні суспільно значущих ресурсів і виробленні заходів для керування протягом усього їх життєвого циклу. Визначення значущості ресурсів залежатиме, зокрема, і від культурних пріоритетів, економічної доцільності.

У зв'язку з цим постає питання формування підходу до цифрового збереження як до економічно стійкої діяльності. Цікавим видається американський досвід, який дає можливість українським практикам прогнозувати проблеми, з якими вже зіткнулися в США. Так, Neil Beagrie [16] ще у 2003 р. констатував, що в контексті рішень про фінансування необхідність вживати постійні заходи для збереження цифрових колекцій зазвичай залишається в тіні бажання створювати й поширювати нові форми цифрового контенту. По-друге, що вже сьогодні актуально для України, виділені кошти надаються, як правило, на тимчасовій основі, часто як гранти для підтримки спеціальних проектів. Тому актуальною проблемою світової практики цифрового збереження можна вважати «величезні», як їх визначають західні дослідники, витрати. Причому прогнозувати їх точні розміри складно, оскільки вони залежатимуть від таких факторів, як

архітектура системи, тривалість архівного збереження, масштаби й стратегії збереження. Навіть для західних баз даних, що у своєму розвитку випереджають вітчизняні, ідеться про початковий етап цифрового збереження, коли говориться про стартові витрати: переформатування, створення цифрового сховища, приймання матеріалів тощо. Економічна стійкість є здатність мобілізувати достатні ресурси на постійній основі, щоб забезпечити збереження – від практики залучення грантів до досягнення рентабельності.

Водночас фінансові проблеми якщо не вирішуються, то спрощуються за рахунок кооперації установ пам'яті: скоординований підхід обіцяє бути більш економічно ефективним, поширюючи постійні витрати на більшу кількість інститутів, навіть зробити певні види вузькоспеціалізованого, або («нішевого»), цифрового збереження економічно обґрунтованими завдяки розширенню масштабів інформаційного обслуговування.

У деяких випадках цифрове збереження сприймається як загроза правам інтелектуальної власності, що пов'язано з існуючою невизначеністю щодо авторського права; принципи справедливого використання та обов'язкового примірника, зокрема, потребують уточнення.

Можна говорити про існування кількох функціональних шарів системи цифрового збереження: нижній шар включає в себе обладнання, програмне забезпечення і мережеву інфраструктуру підтримки зберігання і розподілу цифрового контенту. Наступний шар складається з більш спеціалізованих послуг з керування змістом архіву, у тому числі створення і керування метаданими, перевірки матеріалів на предмет автентичності й цілісності. Заходи збереження здійснюються в наступному шарі послуг, включаючи моніторинг навколишнього середовища сховища для змін, які можуть

вплинути на можливість доступу і використання архіву змісту, а також ініціювання процесів, таких як міграція чи протидія цим змінам. Верхній шар включає в себе послуги, які підтримують перегляд або пошук, доступ, запити, перевірку прав доступу, а також організацію доставки.

Хоча багато ще належить зробити для вирішення проблем, характерних для збереження цифрових матеріалів, проте варто ставити питання про те, як цифрові механізми збереження будуть інтегровані в широкий спектр інших послуг цифрової бібліотеки.

Насамперед цифрові сховища функціонуватимуть не лише як гаранті забезпечення довгострокової життєздатності колекцій, а також як шлюзи доступу. Оскільки збереження відіграватиме дедалі більшу роль у керуванні цифровими колекціями, ці процеси співіснуватимуть, а деколи й працюватимуть у взаємодії з іншими регулярними функціями, такими як придбання, опис і надання через МБА. Цифрові системи керування контентом повинні знайти способи інтеграції збереження і інструментів, і послуг.

Перспективи довгострокового збереження цифрових матеріалів залежать від трьох чинників: визначення і розробки стандартів для підтримки цифрового збереження; відповідних критеріїв і оціночних процедур щодо результатів збереження, а також від механізмів для сертифікації дотримання стандартів цифрових сховищ. Сертифікація буде означати, що сховище відповідає певним мінімальним вимогам, що вважається кращим у поточній практиці цифрового збереження.

Для деяких матеріалів, створених (не переведених) у цифровій формі, не може бути іншого вибору, крім збереження їх як цифрових об'єктів. Водночас існує група матеріалів, у тому числі цифрових сурогатів

аналогових елементів, а також споконвічно цифрових об'єктів, для яких можуть бути створені аналогові еквіваленти. Рішення про збереження в цифровій або аналоговій формі може ухвалюватися, виходячи з простого порівняння вартості двох підходів, але, в ідеалі, слід також враховувати переваги користувачів.

Отже, збереження цифрової спадщини є більше ніж просто технічний процес увічнення цифрових сигналів, це також соціальні й культурні процеси, у тому розумінні, які матеріали повинні бути збережені і в якій формі, це економічний процес, у плані узгодження обмежених коштів з амбітними цілями, це юридичний процес, це питання відповідальності й стимулів, а також формулювання та організації нових форм кураторської практики.

Таким чином, у відповідь на формовані суспільством нові потреби, поряд з функцією збереження знань бібліотеки, що формують цифрові колекції, входять у міжнародні проекти, присвячені збереженню культурних надбань в електронному середовищі, реалізують і функцію їх розвитку. Розвиток глобального інформаційного простору змінює традиційні функції і соціальні ролі діючих інформаційних систем, зокрема бібліотечних. До традиційних для бібліотек функцій просвітницького характеру, збереження і примноження культурної спадщини суспільства додається функція інформаційного центру, який надає доступ до національних та світових інформаційних ресурсів, а також функція посередника між користувачем і світом інформації в цілому, між реальним і віртуальним знанням.

Національний інформаційний ресурс складається з двох складових: традиційної (рукописні й друковані матеріали, живопис, скульптура, архітектура, аудіозаписи, фотографії, кіно- і відеофільми тощо) й електронної

(будь-які інформаційні об'єкти в цифровій формі). Різниця між цими двома складовими полягає не тільки в способі подання інформації, а і в стратегіях її зберігання, поширення і модифікації.

Становлення електронних бібліотек, оцифрування культурної спадщини й накопичення цифрового контенту є як однією з основних тенденцій у сучасній культурі, так й об'єктивною умовою розвитку глобальної інформаційної цивілізації. Для України в цьому контексті важливий і цікавий світовий і європейський досвід, зокрема з огляду на перспективи долучення до глобальних проектів.

Збереження і використання рукописних, друкованих та інших документів традиційного типу досить добре освоєно під час дослідницької і практичної роботи багатьох поколінь фахівців. Але очевидно, що обсяги інформації, яка зберігається в традиційній формі, роблять усе скрутнішою ефективну роботу з нею – зберігання, поширення, пошуки, облік і т. п. Вирішення цієї фундаментальної проблеми лежить на шляху використання сучасних засобів обчислювальної техніки та інформаційних технологій і найтіснішим чином пов'язане з переведенням збереженої інформації в електронну форму.

На сьогодні електронна форма дає змогу зберігати інформацію найбільш надійно й компактно, поширювати її набагато оперативніше й ширше, а крім того, надає можливості маніпулювання з нею, яких не могло бути при інших формах. Таким чином, подання інформації в електронній формі – створення електронних документів, організація її у вигляді електронних видань, різноманітних електронних колекцій та електронних бібліотек (ЕБ) – не данина моді, а нагальна потреба.

Очевидний шлях підвищення ефективності використання електронної інформації – створення відповідних інформаційних систем, здатних надійно зберігати інформацію і забезпечувати її цілеспрямоване використання.

З огляду на зазначені тенденції важливою складовою політики держави в сучасному глобальному світі є її адекватне інформаційне представлення, здатність до наповнення власного інформаційного поля, а також до продукування експортного інформаційного продукту. До найефективніших механізмів його представлення в глобальному інформаційному просторі на сьогодні відносяться світові та регіональні електронні бібліотеки, що акумулюють електронні ресурси, поєднані загальною ідеологією структуризації і доступу.

З точки зору технічної реалізації [17] інформаційної системи інтеграція передбачає об'єднання даних, додатків (програмного забезпечення) і людей (виконавців). Щодо процесу використання та організації доступу до електронних бібліотек, це означає об'єднання всіх доступних електронних колекцій в єдину (можливо, «віртуальну») електронну бібліотеку.

ІФЛА визначає електронну бібліотеку як організацію, що здійснює доступ до світових знань і культури, стає спеціальним навчальним середовищем [18]. За визначенням CENL, бібліотеки повинні:

- допомагати громадянам реалізувати їхнє право на доступ до інформації і знання;
- підтримувати інтереси виробників і споживачів інформації щодо дотримання авторських прав;
- організовувати вільний доступ до інформаційних мереж для жителів технологічно відсталих районів;

– зберігати, накопичувати й ефективно використовувати різномірні колекції електронних документів, що мають бути доступними в зручному для користувачів вигляді через глобальні мережі передавання даних [19].

Отже, електронні бібліотеки є перспективними формами складних розподілених інформаційних систем і розглядаються як основа створення глобального розподіленого сховища знання. Системи електронних бібліотек, що існують у наш час, характеризуються такими ключовими особливостями [20]:

- насамперед це інформаційні системи, тобто системи збереження, обробки й передавання даних;
- це системи, що підтримують саме електронні документи (ресурси) різного типу;
- важливим моментом сучасного поняття ЕБ є те, що такі системи працюють у глобальних інформаційних мережах передавання даних.

Спільним в існуючих визначеннях, присвячених електронним бібліотекам, є таке:

- електронна бібліотека не є єдиним цілим;
- електронній бібліотеці властива технологія для зв'язку ресурсів багатьох ЕБ й інформаційних служб;
- електронна бібліотека, що складається з багатьох ЕБ й інформаційних служб, «прозора» для кінцевого користувача;
- мета створення електронної бібліотеки – забезпечення універсального доступу до даних та інформаційних служб;
- фонди електронної бібліотеки не вичерпуються тільки ідентифікаторами документів-об'єктів, вони містять електронні об'єкти, які не можуть бути представлені або поширюватися в друкованій формі.

Таким чином, з цілого ряду існуючих дефініцій, що певною мірою відображають суть цього нового феномена, найбільш адекватною видається така: електронна бібліотека – це розподілена інформаційна система, що дає змогу надійно зберігати та ефективно використовувати різноманітні колекції електронних документів (текст, графіка, аудіо, відео тощо), доступні в зручному для користувача вигляді через глобальні мережі передачі даних.

Ідеться про те, що електронна бібліотека повинна забезпечувати зберігання інформації в цифровій формі практично необмежений час, а також розширення доступу до унікальних видань і надання всім зацікавленим споживачам якісно нових можливостей роботи з великими обсягами інформації. До таких, наприклад, можна віднести послідовний, вибірковий або паралельний перегляд багатьох документів; багатоаспектний пошук у всьому обсязі збереженої інформації (у тому числі різноманітної) з використанням як формальних ознак, так і лексики природної мови; копіювання необхідних документів або їх фрагментів як на папір, так і на сучасні носії; створення власних документів і, нарешті, виробництво нового знання.

Створення і використання електронних бібліотек реалізується через накопичення, зберігання, облік і структурування електронної інформації; організацію навігації в усьому інформаційному просторі, доступному через цю електронну бібліотеку; забезпечення ефективного доступу до неї необмеженої кількості користувачів через телекомунікаційні мережі, а також через навчання користувачів. Створення електронних бібліотек – досить масштабне завдання, що вимагає об'єднання зусиль різногалузевих фахівців: інформатики, обчислювальної техніки, інформаційних та комунікаційних технологій, бібліотечної, архівної та музейної справи тощо.

Нині існує велика кількість систем у галузі електронних бібліотек, які варіюються від систем репозиторій (сховищ) до складних систем, заснованих на нових технологіях. Аналіз бібліотечних систем [21, 22] показує їх різноманітність на декількох рівнях:

- на рівні інформаційної моделі, яку вони забезпечують;
- на рівні архітектури, яку ці системи підтримують;
- на рівні підтримки користувачів (і груп користувачів);
- на рівні функціональних можливостей ЕБ.

Серед переваг електронних бібліотек можна назвати те, що вони здатні забезпечити міграцію електронної інформації в умовах постійного розвитку обчислювальної техніки й програмних засобів, а також удосконалений сервіс, який уже сьогодні доступний користувачам, наприклад індивідуальне обслуговування користувачів, засноване на «профілях користувачів», у яких відображені інформаційні потреби користувачів або є спеціальна система пошуку інформації, керована користувачем для полегшення процесу ухвалення рішення щодо релевантності документів; наявність кооперативної інфраструктури, що дає змогу групам користувачів виробляти індексування та оцінку документів, що належать певним темам; можливість спільного використання певної інформації, що значно спрощує завдання фізичного дублювання маловикористовуваних матеріалів, а також забезпечує доступ до унікального документа, для роботи з яким раніше потрібно було приїхати в сховище, де він є; здійснення інформаційного пошуку декількома мовами або запитом в багатомовних базах даних, багатомовний інтерфейс.

В умовах формування інформаційного суспільства надзвичайно важливим інструментом сталого економічного і соціального розвитку є забезпечення публічного (у тому числі віддаленого) доступу до соціально

значущої інформації насамперед наукового, освітнього й культурного характеру.

5.2. Бібліотечні установи у оптимізації використання національних і глобальних інформаційних ресурсів

Важливими елементами будь-якої інформаційної інфраструктури є не лише технологія передачі інформації, а самі інформаційні ресурси, їх виробництво, комплектування, організація та представлення; повсюдний і постійний доступ до повних, але при цьому не надлишкових за рахунок інформаційного шуму даних, забезпечення зрозумілих і апробованих механізмів їх пошуку, що передбачають як розвинену систему каталогізації та класифікації інформації, так і перевірені роками систему і форми інформаційного обслуговування. Іншою важливою вимогою до інформаційної інфраструктури, покликаної забезпечити успішне вирішення проблем інформатизації суспільства, є її стійкість і довговічність. Фахівці [1] спільні у висновках, що це можливо лише за наявності розвиненої інтегрованої системи соціальних інститутів, що забезпечать виробництво інформаційно-знаннєвих ресурсів, вільний доступ до них, ефективність пошуку та оцінку релевантності його результатів.

Отже, превалюючою тенденцією початку XXI ст. стало розширення світового інформаційного простору і становлення нового інформаційного порядку, який відкриває можливість безмежного на глобальному рівні інтерактивної інформаційної взаємодії [2, с. 111–114].

У цьому контексті можна стверджувати, що ми сьогодні маємо справу із новими інтеграційними тенденціями, що визначаються глобалізаційними процесами. Водночас варто брати до уваги накладання цих визначальних рис розвитку XXI століття на ментальні особливості та історичний досвід українців. Не вдаючись до глибоких історичних аналогій, зупинимось на

особливостях кооперативного руху в Україні у другій половині XIX ст., що докорінно відрізнявся від інших великих господарських процесів всесвітньої історії тим, що він мав у своїй основі свідомий і навмисний характер. Кооперація виникла як суспільний намір, свідоме прагнення економічних, соціальних та культурних перетворень. Незаперечним є ідеалістичний характер кооперативного руху, адже його організатори були переконані у тому, що нова форма господарювання принесе з собою загальну гармонію і розв'язання багатьох суспільних протиріч. Українська кооперація зародилася у період активного національно-культурного відродження. Саме завдяки ідеологічній налаштованості її провідників, кооперативний рух перейнявся національними ідеями.

Таким чином, інтеграційні ідеї – культурні, наукові, світоглядні – мають в Україні достатньо давню історію. Сьогодні на фундаменті кооперативних ідей йдеться про формування нової культури – інформаційної, нової етики – етики віртуальних комунікацій, нових знань і умінь. Названі критерії визначають важливість ролі бібліотек у забезпеченні рівного доступу до інформації в усіх сферах життєдіяльності людства, що надаються сучасними технологіями, а відтак – у побудові інформаційного суспільства та глобального інформаційного простору. Водночас бібліотечний простір, як складова інформаційного і наукового характеризується власними коренями об'єднавчих тенденцій. Тут варто нагадати, що якщо про становлення глобального мережевого співтовариства соціологи заговорили відносно недавно, особливо у зв'язку з роботами М. Кастельса [3], то про мережевій структурі комунікації між вченими в контексті створення і прирощення наукового знання було відомо значно раніше [4, с. 18]. Починаючи з XVII ст. наука вважається «відкритою» комунікативною системою, заснованою на

поширенні ідей і результатів досліджень, що допускає їх необмежений розгляд, критику і обговорення. У науці діють свої механізми, що забезпечують обмін ідеями, універсальну доступність результатів досліджень, незалежно від місця і часу (принципи, що лежать в основі даних механізмів були сформульовані Р. Мертоном в концепції наукового етосу). Подібним механізмом є організована система наукової комунікації, що виконує специфічні функції (наприклад, поширення, доступ, збереження) і діє як соціальна система в тому сенсі, що виключений з системи комунікації не може бути членом наукової спільноти. Їй передувала існуюча досі практика наукової комунікації, заснована на особистих мережах, вкорінених в безлічі подорожей і особистих зустрічах, лекціях, обміні листами [7, с. 29]. Сучасний розквіт концепція розвитку наукової думки як взаємодії і конкурентної боротьби мереж отримала в роботах Р. Коллінза [5]. У відповідності з цією концепцією, інституційна організація науки, мультипарадигмальний характер ряду дисциплін, «вкоріненість» досліджень у наукових школах і мережах особистісних відносин обумовлюють проблемний характер наукової комунікації як системи [6, с. 127].

Таким чином, роль бібліотечних установ набуває істотного значення з огляду на їх традиційно значний вплив у справі масового інформування населення, їх демократизм та відкритість – здатність забезпечити безкоштовний доступ до сучасних інформаційних ресурсів практично всіх верств населення; існування серйозної організаційної структури та матеріальної бази; залучення до інформаційно-аналітичних центрів бібліотек до надання допомоги різним соціальним та державним інститутам у високопродуктивному використанні інформації [7]. На відміну від інших систем і структур інформаційного обслуговування суспільства, бібліотеки

зберігають у своїх фондах практично всі типи інформації (наукову, технічну, економічну, науково-пізнавальну, розважальну і т.д.), і обслуговують практично всі соціальні верстви і професійні категорії населення; інформаційно-аналітичні центри бібліотек залучаються до надання допомоги різним соціальним та державним інститутам у високопродуктивному використанні інформації [7, с.367].

Маючи найбільш розвинену інфраструктуру і будучи найдемократичнішою формою інформаційного обслуговування, бібліотеки доступні всім громадянам практично в будь-якому куточку країни.

Саме на цих тенденціях наголошують провідні бібліотечні фахівці. Зокрема, як впливає із висновків Генерального секретаря ІФЛА Р. Шимона, хоча значна частина інформації доступна за кожним робочим столом з комп'ютером, підключеним до Інтернету, багато цієї інформації є хибною та безладною. Трапляються випадки, коли вона просто небезпечна. Значна частина інформації доступна лише за плату. Таким чином, користувачам необхідний доступ до матеріалів за допомогою бібліотек, які мають обізнаний професійний персонал для ефективного пошуку, здатний ідентифікувати автентичні сайти та отримати доступ до платних джерел за допомогою ліцензійна використання» [8, с. 66 – 68].

Окрім цього, важливими конкурентними перевагами бібліотек є системність, фундаментальність та науковість, що визначає авторитетність бібліотечних установ, які гарантують користувачу якість свого інформаційного продукту. Інша важлива риса, якою характеризується діяльність бібліотечних установ, це їх незалежність, в силу чого сучасна бібліотека може претендувати на експертний статус. Бібліотеки поступово стають системоутворюючим компонентом соціально-культурної

інфраструктури, формуючи навколо себе особливе культурне і інформаційно-комунікативне середовище.

Таким чином, бібліотека сьогодні виступає елементом глобального інформаційного простору, який є сукупністю інформаційних ресурсів, інформаційних процесів, організаційних структур, технічних інструментів і засобів інформаційної взаємодії користувачів. Бібліотека при цьому розглядається як інформаційний посередник між інформацією та споживачем [9].

Рушійною силою взаємодії бібліотек російський бібліотекознавець Н. С. Карташов називає наявність у них спільної мети: спрямованості їх діяльності на найбільш повне задоволення інформаційних потреб. У процесі цієї діяльності бібліотеки вступають у певні взаємовідносини і взаємозв'язки.

Сучасний бібліотечний світ – це різноманітна сукупність суверенних бібліотек і бібліотечних систем, – наголошує дослідник, – кожна з яких повинна розвиватися і функціонувати з урахуванням впливу інших. Жодна бібліотека або бібліотечна мережа не може замкнутися виключно на самій собі, відмовитися від контактів і зв'язків. Ізольованість бібліотек, бібліотечних процесів і явищ – відносна. Якою б своєрідністю вони не характеризувались, між ними завжди існує певна спільність, відкритість один для одного, залежність одного від іншого, тобто, зв'язок, що пояснюється їх взаємною функціональною пристосованістю. А там, де має місце взаємозв'язок двох або декількох бібліотечних об'єктів (процесів, явищ), завжди існує взаємодія між ними. Таким чином, вони не тільки існують в тісному зв'язку один з одним, але і здійснюють певний вплив один на одного [10].

Процес взаємодії бібліотек - процес історичний: від елементарних, нерегулярних, невпорядкованих зв'язків і відносин між окремими бібліотеками - до внутрішньовідомчих, галузевих і міжвідомчих, від взаємодії з окремими напрямків - до комплексної взаємодії, що приводить до інтеграції бібліотек на основі спеціалізації, централізації, координації і кооперування їх діяльності[11].

Характерна для інформаційного суспільства тенденція розвитку технократичної парадигми в суспільній свідомості і пошуки альтернативи цьому негативному процесу дають змогу по-новому подивитися на роль бібліотечних та інших установ, що зберігають інформацію та організують доступ до неї, у справі зміцнення національної самосвідомості суспільства. Роль бібліотечних установ набуває істотного значення з огляду на їх традиційно значний вплив у справі масового інформування населення, їх здатність забезпечити доступ до сучасних інформаційних ресурсів практично всіх верств населення; збереження серйозної організаційної структури та матеріальної бази; залучення інформаційно-аналітичних центрів бібліотек до надання допомоги різним соціальним та державним інститутам у високо-продуктивному використанні інформації [53, с. 367].

Крім того, важливими конкурентними перевагами бібліотек є: системність, фундаментальність та науковість, що визначає авторитетність бібліотечних установ, які гарантують користувачу якість свого інформаційного продукту. Інша важлива риса, якою характеризується діяльність бібліотечних установ, це їх незалежність, у силу чого сучасна бібліотека може претендувати на експертний статус. Бібліотеки поступово стають системоутворювальним компонентом соціально-культурної інфраструктури, формуючи навколо себе особливе культурне й

інформаційно-комунікативне середовище, і, таким чином, перетворюючись із книгозбірень на центри формування громадської думки, сприяючи, зокрема, зміцненню національної самосвідомості суспільства [54, с. 148–149].

Обидва рівні підвищення духовної інформаційної мобільності нації – як вертикальний, так і горизонтальний наразі сьогодні можуть забезпечити саме бібліотеки. У зв'язку з реалізацією вертикальної форми передачі традиційних знань набуває нового звучання одна з базових функцій бібліотек – меморіальна, пов'язана зі збором і зберіганням інформації на документальних носіях. Навіть найменша бібліотека виступає до певної міри локальним хранителем колективної пам'яті людства, і цим визначається її роль у загальнокультурному процесі. Причому бібліотека активно бере участь також у процесах ретрансляції культури, тобто передачі колективній пам'яті від людини до людини, від покоління до покоління, що багато в чому зближує її зі сферою освіти. Меморіальна і ретранслююча (освітня) функції бібліотек найповніше реалізуються в краєзнавчій роботі, у контексті процесу музеєфікації [55] бібліотек, а також формування системи інформаційної підтримки освіти. Умовами інтеграції наукових і культурних установ є добровільне об'єднання учасниками інформаційних ресурсів та технологій, формування організаційно-структурної єдності, що потребує функціональних трансформацій, управлінських інновацій, розвитку стратегій професійної комунікаційної взаємодії фахівців бібліотек, архівів, музеїв, інформаційних центрів тощо.

Горизонтальна ж форма продукування забезпечується розширенням спектра інформаційних послуг і продуктів, пропонованих бібліотеками населенню. На зміну власне бібліотечному, або бібліографічному обслуговуванню, тобто видачі документів або бібліографічних відомостей

про них, приходять нові форми передавання інформації, здатні сприяти значному умноженню доступу до першоджерела і заощадити час користувача. Дедалі більша увага приділяється створенню фактографічних баз даних із соціальних, правових, економічних питань, щодо підприємницької діяльності чи культурного життя. Електронні технології дають можливість реалізувати комплексний підхід до вирішення інформаційних завдань, у результаті якого користувач може отримати повний комплект різноманітних інформаційних матеріалів, включаючи мережеві й інтернет-ресурси з питання, що його цікавить.

Таким чином базова інформаційна функція бібліотек розширюється не лише із забезпеченням універсального доступу до інформаційних ресурсів суспільства, але й набуває ресурсно-оцінного та ресурсно-орієнтуючого характеру. Орієнтація в інформаційних ресурсах – оцінка інформаційних ресурсів – доступ до інформаційних ресурсів – така формула реалізації інформаційної функції бібліотек у сучасних умовах. Це, у свою чергу, лежить в основі тих інноваційних перетворень у змісті, організації, технології, формах і методах інформаційної діяльності бібліотек, які ми спостерігаємо сьогодні, і головне, у її кінцевих соціальнозначущих результатах.

У глобальному інформаційному просторі міжнародною організацією, що представляє інтереси бібліотечних та інших інформаційних структур і є одним з найефективніших міжнародних гарантів вільного доступу до інформації, стала IFLA. Маніфест про Інтернет, прийнятий Сесією Ради IFLA 23 серпня 2002 р., проголошує, що вільний доступ до інформації, незалежно від форм її передачі та державних кордонів – головна відповідальність бібліотечної та інформаційної професії. У Маніфесті наголошується, що бібліотеки та інформаційні служби, як свого роду «брами до Інтернету»

пропонують зручне середовище, рекомендації та допомогу, чи просто точки доступу до Інтернету, стають механізмом для подолання бар'єрів, що існують через різницю у можливостях користування ресурсами, технологіями та навчанням. Створюючи умови для вільного та рівного доступу до інформаційних ресурсів, допомагаючи користувачам в опануванні необхідних навичок ефективного використання Інтернету та електронних ресурсів, популяризуючи відповідальне використання інформації з мережі всіма своїми користувачами, включаючи дітей та юнацтво, бібліотеки забезпечують громадськості доступ до якісної інформації та засобів комунікації. IFLA наголошує, що, як і інші основні види обслуговування, доступ до Інтернету в бібліотеках та інформаційних службах повинен бути безкоштовним [56].

У Декларації про бібліотеки, інформаційні служби та інтелектуальну свободу (Глазго, 2002 р.) IFLA наголошує, що відданість інтелектуальній свободі – основна відповідальність бібліотечної професії в усьому світі, що виражається в кодексах етики та реалізується на практиці. Принципами роботи бібліотек та інформаційних служб є надання доступу до інформації, ідей і творів у будь-якому форматі, незалежно від кордонів. Бібліотеки, надаючи доступ «до знань, думки та культури», пропонують суттєву підтримку незалежному прийняттю рішень, розвитку культури, дослідженням і навчанню протягом життя індивідуумам і групам.

Забезпечуючи своїм користувачам доступ до релевантних ресурсів і послуг без обмежень і цензури, через придбання, зберігання та забезпечення доступу до найширшого розмаїття матеріалів, що віддзеркалюють плюралізм і різноманітність суспільства, бібліотеки та інформаційні служби роблять внесок у розвиток та підтримку інтелектуальної свободи, допомагають

охороняти демократичні цінності та загальні громадянські права. Тому відбір та організація доступу до бібліотечних матеріалів і послуг повинні визначатися професійними міркуваннями, а не політичними, моральними чи релігійними поглядами. Бібліотеки забезпечують рівний доступ до матеріалів, приміщень і послуг для всіх користувачів, не допускаючи дискримінації за расовими, національними чи етнічними ознаками, статтю або сексуальними вподобаннями, віком, фізичною неспроможністю, релігією, або політичними поглядами [57].

Певний внесок у діяльність бібліотечних установ у користуванні глобальними інформаційними ресурсами вносить Конференція європейських національних бібліотек (CENL). Вона сприяє діяльності бібліотек у реалізації прав громадян на доступ до сучасної інформації, на користування інформаційними мережами для жителів технологічно відсталих районів, у збереженні, накопиченні й ефективному використанні колекцій електронних документів, що мають бути доступними у зручному для користувачів вигляді через глобальні мережі передавання даних [58].

Важливим напрямом роботи міжнародних бібліотечних об'єднань є збереження та поширення здобутків національних культур. На відповідних тенденціях наголошують у спільному Маніфесті ЮНЕСКО та ІФЛА. Документ, зокрема, декларує: «Культурна і мовна різноманітність є спільною спадщиною людства, яку слід берегти і зберігати в загальних інтересах. Воно є джерелом обміну, інновацій, творчості та мирного співіснування. Бібліотекам всіх типів слід враховувати, просувати культурне та мовне розмаїття на міжнародному, національному та місцевому рівнях, підтримуючи, таким чином, кроскультурний діалог та активну громадянську позицію» [59].

Як впливає із визначених Міжнародною федерацією бібліотечних

асоціацій та установ завдань і принципів, роль бібліотек з розвитком інформаційного суспільства повинна трансформуватися відповідно до вимог часу від пасивних сховищ документованих знань на паперових носіях до активних їх розповсюджувачів засобами електронних комунікацій, набувати нових рис у зв'язку з новими завданнями.

Розглянуті проблеми, будучи глобальними за характером, є національними за своєю суттю. Оскільки новації генеруються переважно країнами-глобалізаторами, то їх запровадження в практику інноваційного розвитку ослаблених тривалою асиміляцією постколоніальних країн загрожує останнім: якщо вони не створюватимуть своєї інтелектуальної власності, своїх ноу-хау в різних сферах життєдіяльності не використовуватимуть національні інформаційні надбання, суспільнозначущі національні надбання минулих поколінь, то опиняться на периферії прогресу, до того ж – як денационалізовані соціальні структури.

Важливим елементом ефективного використання національних інформаційних ресурсів стало оцифрування інформаційних масивів на всіх наявних видах носіїв як перспективний шлях розвитку й організації використання інформації, формування електронних бібліотек та інших форм відкритого доступу до інформаційних ресурсів.

Електронні бібліотеки, що є, як правило, структурною складовою великих бібліотечних установ, можна назвати концентрованою формою утвердження електронних технологій у бібліотечній сфері. Їх створення та розвиток сприяють розширенню доступу широких кіл користувачів до суспільно важливої інформації, адекватному інформаційному представленню національних інформаційних ресурсів у сучасному глобальному світі, продукуванню експортного інформаційного продукту. Конференція

європейських національних бібліотек (CENL) серед основних завдань бібліотек на сучасному етапі визначає збереження, накопичення й ефективно використання різномірних колекцій електронних документів, що мають бути доступними у зручному для користувачів вигляді через глобальні мережі передавання даних, при цьому підтримку інтересів виробників і користувачів інформації щодо дотримання авторських прав [60].

ІФЛА визначає електронну бібліотеку як організацію, що здійснює доступ до світових знань і культури та стає спеціальним навчальним середовищем [61]. Отже, електронні бібліотеки є перспективними формами складних розподілених інформаційних систем і розглядаються як основа створення глобального розподіленого сховища знання. З точки зору технічної реалізації [62, с. 45–49] інформаційної системи інтеграція передбачає об'єднання даних, додатків (програмного забезпечення) і людей (виконавців). Системи електронних бібліотек, що існують у наш час, можна визначити як інформаційні системи, тобто системи збереження, обробки та передавання даних, що підтримують саме електронні документи (ресурси) різного типу. Нарешті, важливим моментом сучасного поняття електронна бібліотека є те, що такі системи працюють у глобальних інформаційних мережах передавання даних [63]. Серед характерних особливостей електронних бібліотека – її мозаїчний характер (електронна бібліотека не є єдиним цілим), побудова на технології для зв'язку ресурсів багатьох ЕБ та інформаційних служб. При цьому, об'єднуючи низку електронних бібліотек та інформаційних служб, вона є «прозорою» для кінцевого користувача. Фонди електронної бібліотеки не вичерпуються тільки ідентифікаторами документів-об'єктів, вони містять електронні об'єкти, які не можуть бути представлені або поширюватися в друкованій формі. Мета електронної

бібліотеки – забезпечення універсального доступу до даних та інформаційних служб. Таким чином, з цілого ряду існуючих дефініцій, що тією чи іншою мірою відображають суть цього нового феномена, найбільш адекватною видається така: електронна бібліотека – це розподілена інформаційна система, що дає змогу надійно зберігати та ефективно використовувати різноманітні колекції електронних документів (текст, графіка, аудіо, відео та ін.), доступні в зручному для користувача вигляді через глобальні мережі передачі даних.

Становлення електронних бібліотек, оцифрування культурної спадщини та накопичення цифрового контенту є як однією з основних тенденцій в сучасній культурі, так і об'єктивною умовою розвитку глобальної інформаційної цивілізації. Для України у цьому контексті важливий та цікавий світовий та європейський досвід, зокрема й з огляду на перспективи доручення до глобальних проєктів. Важливу роль у збереженні культурних досягнень людства відіграє заснована в 1992 р. ЮНЕСКО програма «Пам'ять світу» (Memory of the World Programme) [64]. Ця програма визначається як документальна спадщина (документована колективна пам'ять народів світу), частина світової культурної спадщини, що дає змогу простежити еволюцію думок, відкриттів і досягнень людства для нинішнього й майбутнього поколінь. У рамках програми забезпечується визнання документальної спадщини, що має міжнародне, регіональне та національне значення, ведеться реєстр цієї спадщини, здійснюється сприяння забезпеченню збереження та недискримінаційного доступу. Ця діяльність передбачає сприяння використанню в Інтернеті цифрових копій та каталогів, а також публікацію та розповсюдження книг, компакт-дисків та іншої продукції.

На основі контракту, укладеного з Міжнародною федерацією бібліотечних асоціацій (ІФЛА), було здійснено підготовку загальних керівних принципів програми збереження, а також силами ІФЛА та Міжнародної ради архівів списків безповоротно втрачених бібліотечних колекцій та архівних фондів та списку бібліотек і архівних сховищ, що перебувають під загрозою та всесвітнього списку національної кінематографічної спадщини.

Розробка цифрових програм збереження культурної спадщини активно здійснюється останні 20 років. Серед перших цифрових бібліотек – цифрова бібліотека Британської бібліотеки, яка в 1993 р. створила не тільки повний каталог свого сховища, але й оцифрувала 80 % повнотекстових видань. У подальшому Британська національна бібліотека стала основою для єдиної Національної бібліотеки Великобританії. Її творці є розробниками єдиного національного стандарту на метадані для опису об'єктів цифрового збереження. Японську національну електронну бібліотеку було започатковано ще в 1989 р. Її загальна вартість становила 500 млн дол.

Метою американського проекту «Національна цифрова бібліотека» (<http://lcweb2.loc.gov/amhome.html>) є забезпечення зберігання в цифровій формі 1 млн документів (тексти, фотографії, звукозаписи та фільми), що мають загальнонаціональне значення та відносяться до історії США. В одній з найбільших бібліотек світу – Бібліотеці Конгресу США – щоденно сканується від 75 до 200 документів. За підрахунками спеціалістів, для того, щоб оцифрувати весь фонд бібліотеки, який нараховує 134 млн об'єктів, необхідно не одне десятиліття.

Інститут наукової і технічної інформації (INIST – www.inist.fr), що є французьким центром документації, першим (у 1990 р.) виконав роботу зі

сканування 1500 міжнародних наукових журналів на систематичній основі з метою комп'ютеризації процедур передачі документації. Проект «Нова національна бібліотека Франції» був задуманий президентом Франції Ф. Міттераном та почав діяти в жовтні 1998 р. (www.bnf.fr). Фонди Французької національної бібліотеки планують оцифровувати зі швидкістю 150 тис. творів на рік.

У 1995 р. розпочате стрімке оцифровування бібліотечних фондів у Німеччині. Згідно з національним проектом, відповідальність за цифрову обробку документації, розділеної за хронологічним та тематичним принципами, покладається на різні бібліотеки. Одним з перших масштабних цифрових проектів став Internet Archive, що в 1996 році започаткував консолідацію задля збереження веб-контенту; з того часу програму поширено на багато інших типів контенту, наприклад, оцифровані тексти, відео та зображення. За час свого існування Internet Archive продемонстрував гнучкість у підході до проблеми цифрового збереження, швидко створюючи базу, що її історик Р. Розенцвейг (R. Rosenzweig) назвав «найбільшою у світі базою даних і бібліотекою всього за п'ять років» [65, с. 743].

У 2001 р. з ініціативи Конференції директорів національних бібліотек Європи (CENL) під керівництвом The British Library було розпочато роботу над проектом The European Library (TEL). Філософією проекту The European Library є надання вільного доступу до цифрових ресурсів, що зберігаються на серверах окремих національних бібліотек, як контенту (повних текстів документів, книг, плакатів, карт, звукозаписів, відеофільмів тощо), так і метаданих (електронних каталогів бібліотек, бібліографічних описів). Європейська бібліотека пропонує доступ до національних бібліотек через єдиний центральний інтерфейс і надає можливість пошуку в понад 300

каталогах та цифрових колекціях (понад 230 млн записів) 35 мовами [66].

У 2009 р. було запущено проект Світової цифрової бібліотеки, розробленої робочою групою Бібліотеки Конгресу США за сприяння багатьох установ-партнерів з різних країн, підтримки ЮНЕСКО та за фінансового сприяння з боку ряду компаній та приватних фондів. Світова цифрова бібліотека бере участь у реалізації стратегічних завдань ЮНЕСКО щодо сприяння вільному поширенню ідей та загальному доступу до інформації; плюралізму та культурному розмаїттю в засобах масової інформації та світових інформаційних мережах; загальному доступу до інформації та джерел знань, особливо до тих, які є суспільним надбанням; підвищенню якості освіти за допомогою диверсифікації змісту й методик, а також просуванню загальнолюдських цінностей; сприянню експериментування, інновацій, поширенню та обміну знаннями, передовим досвідом та діалогу, спрямованого на пошук стратегічних рішень у галузі освіти; зміцненню науково-технічного та людського потенціалу для участі у функціонуванні народжуваних інформаційних співтовариств; зміцнення зв'язків між культурою та розвитком суспільства за допомогою нарощування потенціалу й обміну знаннями [67]. Цей некомерційний проект, маючи на меті сприяння міжнародному й міжкультурному взаєморозумінню, розширення обсягу та різноманітності культурологічного контенту в Інтернеті, розширення можливостей установ-партнерів для скорочення розриву в цифрових технологіях усередині країни та між країнами, було створено для вільного та безперешкодного представлення через Інтернет у багатомовному форматі кращих зразків культурної спадщини людства, що цілісно представляють історію цивілізації (рукописи, рідкісні та цінні видання, мапи, картини, фільми, фотографії, музичні записи, музейні та

архівні об'єкти тощо).

Масштабні глобальні проекти, такі, зокрема, як згадана вище Світова цифрова бібліотека, не лише зосереджують культурне, наукове, історичне надбання людства, забезпечуючи до них доступ широкому колу користувачів, а й напрацьовують методика роботи з інтегрованим контентом у глобальних масштабах, створюючи, апробовуючи і, відтак, пропонуючи до використання бібліотечним фахівцям методики у багатьох сферах.

Наразі існує кілька десятків систем метаданих, розроблених для різних цілей. У посібнику зі збереження цифрової спадщини, що вийшов друком під егідою ЮНЕСКО у 2004 р., наведено схему метаданих, необхідних для виконання процесів збереження цифрового об'єкта [68]. Ця схема містить такі групи елементів: опис цифрового об'єкта; опис процесів, пов'язаних з об'єктом (включаючи створення); опис технічних характеристик усіх файлів, що становлять цифровий об'єкт; опис змін у метаданих. Ефективним напрацюванням Світової цифрової бібліотеки є, зокрема, уніфіковані метадані: кожен об'єкт описується за допомогою стандартного набору бібліографічної інформації (метаданих), що характеризує його за географічним, хронологічним і тематичним аспектом, поряд з іншими вимогами. Уніфіковані метадані забезпечують основу для сайту та підвищують імовірність виходу на сайт через зовнішні пошукові системи.

Однією з найбільш вражаючих особливостей Світової цифрової бібліотеки є описи кожного об'єкта. Ця інформація, написана кураторами та іншими експертами, забезпечує важливий контекст для користувачів. Робочі групи Світової цифрової бібліотеки працюють з новітніми інструментами та інноваційними технологіями, що привело до вдосконалення у сфері

каталогізації та розробки багатомовних веб-сайтів. Зокрема, було розроблено новий додаток каталогізації для підтримки вимог метаданих, використаний централізований інструмент з перекладацькою пам'яттю, що дає можливість перекладачам не повертатись до однієї і тієї ж фрази чи слова двічі; розроблений інтерфейс, що заохочує вивчення першоджерел.

Ефективним інструментом, що може використовуватися в незалежних проектах, є визначення критеріїв внесення об'єктів до глобальних цифрових проектів. Так, «Порадник щодо відбору матеріалів до Світової Цифрової бібліотеки» [69], зокрема, узагальнює філософію відбору, визначаючи пріоритетними рідкісні та цінні книги, що мають представляти історію, культуру, літературу, науку країни, різними мовами; карти, атласи, особливо рукописні, раннього друку, друковані картографічні матеріали, що відіграли особливу роль в історії науки та культури країни, у т. ч. і сучасним картам, які представляють промисловість, транспорт, етнографічні та лінгвістичні характеристики регіону; проспектам, каталогам, рекламній продукції, що можуть бути корисні при вивченні народної культури та побуту країни; малюнкам, зображенням дофотографічної епохи, що відображають важливі події в історії країни в цілому чи окремі її віхи; зображення видатних осіб, які вплинули на хід історії; фотографії, що є важливими для представлення історії країни чи її окремих громадян; зображення національних пам'яток історії, культури, архітектури; фільми та звукові записи, що представляють важливі історичні події або культурні заходи, видатних осіб та пам'ятки усної історії. Вироблено також технічні вимоги до відбору документів для представлення у Світовій цифровій бібліотеці.

ВИСНОВКИ

Глобальна інформатизація стрімко прискорила інтегративні процеси у світовому масштабі з їх позитивними і негативними впливами на всі держави і нації. Цивілізація увійшла в інформаційний етап свого розвитку, при якому технологічна система та енергетична база трансформуються в нову техно- та інфосферу, здійснюється перехід від сировини і енергії як основного виробничого ресурсу до інформації (Д. Белл). Усе це призводить до різкого прискорення всіх процесів самоорганізації суспільства.

З розвитком науково-технічного процесу і виробничих сил організаційні основи суспільства починають змінюватись у все зростаючому темпі; у новому інформаційному суспільстві основним суб'єктом соціальної активності стане «вільне співтовариство», а політичною системою буде «демократія участі».

Такі прогнози підтверджуються реаліями сучасності. Технології спілкування в соціальних комунікаціях дають нові можливості для диференціації суспільства, формування і стійких, і тимчасових соціальних структур. Характерною особливістю цих структур є неконтрольована добровільність, вони глибоко відображають особистісні інтереси своїх членів, стимульовані відчуттям зростаючого взаєморозуміння, чого не могли давати в силу низького рівня інтерактивності традиційні ЗМІ, навколо яких гуртувалися раніше політичні, економічні та інші соціальні спільності.

Порівняно з традиційними ЗМІ соціальні мережі дають відчуття реальної причетності до соціально-політичних процесів не лише на рівні спілкування, а й на рівні конкретних дій, участі у розв'язанні конкретних суспільних проблем. Глобальні інформаційні процеси приносять в Україну технології

використання соціальних мереж у розвитку економічної, політичної та інших форм суспільної діяльності, а також різноманітні способи представлення в соцмережах управлінських інтересів, інтересів окремих соціальних структур.

Таким чином, сучасні інформаційні комунікації, і соціальні мережі в їх числі, стають все ефективнішими комунікаціями суспільного розвитку і міждержавних відносин. Зростаюча суспільна важливість їх, у свою чергу, зумовлює і зростаючу уразливість цих елементів інформаційної структури для негативних інформаційних впливів. Вони стають в останні десятиріччя об'єктами інформаційної агресії, інформаційних воєн.

Відповідно, соціальні мережі можуть ставати складним сучасним інструментом маніпулювання, за допомогою нових технологій передачі інформації впливати на настрої у суспільстві, актуалізувати ті чи інші події, або ж створювати їх, актуалізуючи «необхідну» проблематику. І саме як на інструмент потужного впливу на соціальні мережі звертається дедалі більша увага в процесі міжнародних інформаційних протистоянь.

Основними компонентами будь-якого інформаційного простору є інформаційні ресурси, засоби інформаційної взаємодії та інформаційна інфраструктура. По суті, інформаційний простір, що визначається як сукупність суб'єктів інформаційної взаємодії чи впливу, власне інформації, та інформаційної інфраструктури, що забезпечує можливість обмінів і суспільних відносин у процесі утворення, передачі, розповсюдження і зберігання інформації, є домінантною складовою сучасного простору культури, що визначає рівень, характер і спрямованість соціокультурного розвитку. Суб'єктами національної інформаційно-комунікативної системи є друковані ЗМІ, телебачення і радіомовлення, інформаційні агентства, новітні засоби інформації, книговидання та розповсюдження друкованої продукції,

поліграфії, базові ресурси інформації, системи галузевої освіти та науки тощо. При цьому можна впевнено говорити про перерозподіл впливовості традиційних та нових засобів масової комунікації, обумовлений науково-технічним прогресом в інформаційно-комунікативній сфері, а також посилення конвергенції інформаційних можливостей мас-медіа.

Сучасне соціокультурне середовище як середовище для життєдіяльності та розвитку людини, що віддзеркалює пріоритетні цінності та умови реалізації особистісних і соціально значущих потреб, характеризується зростанням свого інформаційного простору, динамікою суспільних подій, розширенням та активізацією різних сфер людської діяльності, потужними комунікативними зв'язками. Найвагомим чинником розвитку інформаційного простору сьогодні як у горизонтальному вимірі – розширенні та об'єднанні, так і у вертикальному – поглибленні, тобто ускладненні і набутті якісно нових рис, є сучасні комунікативні канали передачі даних, зокрема, технології Інтернету. Значна частина основних соціальних функцій мережі Інтернет так чи інакше пов'язана з інфотворчим процесом – інформаційна, комунікаційна, репрезентативна, перетворююча, креативна, мобілізуюча, компенсаційна функції визначають різке зростання як кількості цифрових інформаційних ресурсів, так і їх частки у інформаційному просторі. Зазначена тенденція пов'язана, з одного боку, із створенням цифрових ресурсів, що не мають аналогів на нецифрових носіях, опублікованих on-line, так і перенесенням на цифрові носії традиційних інформаційних ресурсів.

Активне продукування цифрових ресурсів в останні десятиліття зумовлене поширенням технологій Web 2.0 – комплексного підходу до організації, реалізації та підтримки Web-ресурсів з урахуванням мережевих

зв'язків і соціальних потреб користувачів, з метою створення найбільш інтерактивного і зручного інтерфейсу для користувача. До основних принципів Веб 2.0 можна віднести невід'ємне право користувачів самостійно створювати контент, маніпулювати ним та управляти зв'язками між своїми та чужими матеріалами, отже мова йде про скоординовану активність окремих користувачів по формуванню та наповненню мережі контентом. Цілком виправданим видається визначення мережевого простору як «віртуальної агори та експериментального комунікативного майданчику XXI століття, що дозволяє реалізовуватися найфантастичнішим комунікативним практикам і прагненням».

Розвиток інформаційних технологій в кінці XX - початку XXI століття сприяв не лише якісним змінам у національному та глобальному інформаційному просторі – інтенсифікації виробництва нової інформації, створенню принципово нових способів її зберігання, пошуку і подання, але і виникненню нового культурного та мовного середовища, нової соціокультурної реальності, що формується і стрімко розвивається з розширенням сфери дії сучасних засобів комунікації.

Під час російсько-українського інформаційного протистояння вдосконалюються найбільш поширені прийоми і правила інформаційної війни, маніпулятивні технології впливу на учасників соціальних мереж, які вперше були застосовані в минулих інформаційних війнах.

Поряд із вдосконаленням стратегії інформаційної діяльності в умовах інформаційної війни актуалізуються питання наповнення мереж сучасною, суспільно значущою інформацією державницького спрямування. При цьому в системі інформаційних ресурсів має бути з максимальною ефективністю

відображено здобутки Євромайдану, Революції гідності щодо напрацювання сучасної національної ідеології.

Феномен Майдану розкриває процес оновлення, перезавантаження усього державного механізму за допомогою практики безпосереднього народовладдя. Його учасниками рухали певні соціально-політичні уявлення про державу та її взаємодію із суспільством, але зводити ці позиції до якогось одного спільного ідеологічного знаменника аж ніяк не можна.

Джерела та література

1. Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология XXI века / И. Валлерстайн / пер. с англ. ; под ред. В. Л. Иноземцева ; Центр исследований постиндустриального общества. – Москва : Логос, 2003. – 368 с.
2. Постчеловечество / науч. ред. М. Б. Ходорковский. – Москва : Алгоритм, 2006. – С. 7.
3. Тенденції впливу глобального інформаційного середовища на соціокультурну сферу України розвиток / [О. С. Онищенко, В. М. Горювий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2013. – 224 с.
4. Кремень В. Г. Політична безпека України: концептуальні засоби та система забезпечення / В. Г. Кремень, І. Ф. Бінько, С. І. Головащенко. – Київ : МАУП, 1998. – 92 с.
5. Горювий В. М. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства : монографія / В. М. Горювий. – Київ, 2005. – 332 с.
6. Національний інформаційний суверенітет у контексті розвитку новітніх інформаційних технологій / [О. С. Онищенко, В. М. Горювий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2011. – С. 143–153.
7. Національний інформаційний комплекс і його роль у глобальному інформаційному просторі / [О. С. Онищенко, В. М. Горювий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2011. – С. 17–18.

8. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / [С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – С. 9–23.
9. Маца К. А. Земная планетарная система (Опыт исследования системной организации Земли) : монография / К. А. Маца. – Киев : Издательство географической литературы «Обрії», 2012. – С. 17.
10. Cardoso C. Para una sociologia do ciberespaco: comunidades virtuais em portuques. Oeiras, Portugal : Celta Editio.ra, 1998.
11. Особливості прояву соціальних мереж в системі інформаційних обмінів українського суспільства // Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / [С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – С. 9–41.
12. Інформаційна складова соціокультурної трансформації українського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2012. – 202 с.
13. Социальные сети побеждают поисковиков [Электронный ресурс]. – 2011. – 26.04. – Режим доступа: <http://chip.com.ua/854408.html/>. – Загл. с экрана.
14. Шестаков В. І. Визначення характеристик інформаційного впливу на складові інформаційно-телекомунікаційних систем в умовах інформаційного протиборства / В. І. Шестаков, С. В. Чернишук // Проблеми створення,

- випробування, застосування та експлуатації складних інформаційних систем. – Вип. 4. – Житомир : ЖВІ НАУ, 2011. – С. 162.
- 15.Макарова М. В. Економічна інформатика / М. В. Макарова, С. В. Гаркуша, Т. М. Білоусько, О. В. Гаркуша. – Суми : Університетська книга, 2011. – С. 192.
- 16.Сапожник А. И. Использование социальных сетей для организации революций / А. И. Сапожник // Людство на початку ХХІ століття: виклики і шляхи рішення. – Севастополь : СевНТУ, 2011. – С. 16.
- 17.Чилачава Т. Модели информационной войны [Электронный ресурс] / Т. Чилачава, Н. Кереселидзе. – 2010. – 16.03. – Режим доступа: <http://www.apsny.ge/analytics/1268790856.php>. – Загл. с экрана.
- 18.Лодатко Е. Методологические основы моделирования социокультурных процессов [Электронный ресурс] / Е. Лодатко. – 2007. – № 15. – 25.10. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2080&level1=main&level2=articles>. – Загл с экрана.
- 19.Полтавець С. Ретроспективні документи з історії українського козацтва у формуванні національного інформаційного простору / С. Полтавець // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – 2015. – Вип. 41. – С. 416–424.

- 20.Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / В. Горовий ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського ; наук. ред. Л. А. Дубровіна. – Київ, 2010. – 360 с.
- 21.Vandiver J. SACEUR: Allies must prepare for Russia ‘hybrid war’ [Electronic resource] // Stars and Stripes. – September 4, 2014 / John Vandiver. – Mode of access: <http://www.stripes.com/news/saceur-allies-must-prepare-for-russia-hybrid-war-1.301464>. – Title from the screen.
- 22.Панарин И. Н. Информационная война и геополитика / И. Н. Панарин. – Москва : Поколение, 2006. – С. 6.
- 23.Міжнародно-правові акти в інформаційній сфері. Т. 5 / за заг. ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижа / Інформаційне законодавство : зб. законодавчих актів : у 6 т. – Київ : Юрид. думка, 2005. – 328 с.
- 24.Правове регулювання інформаційної діяльності в Україні / упоряд. С. Е. Демський ; відп. ред. С. П. Павлюк. – Київ : Юрінком Інтер, 2001. – 688 с.
- 25.Закон України «Про інформацію» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>. – Назва з екрана.
- 26.Доктрина інформаційної безпеки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/514/2009>. – Назва з екрана.
- 27.Випуск видавничої продукції в Україні у 2009 році [Електронний ресурс] // Книжк. палата України. – Режим доступу: http://www.ukrbook.net/statistika/statistika_2009.htm. – Назва з екрана.

28. Становище української мови в Україні в 2014–2015 роках : аналітичний огляд [Електронний ресурс] // Простір свободи. – 2015. – 8.07. – Режим доступу: <http://dobrovol.org/article/334/>. – Назва з екрана.
29. Української стало трохи більше в ресторанах і на транспорті, в медіа незмінно домінує російська (інфографіка) [Електронний ресурс] // Texty.org.ua. – 2015. – 8.07. – Режим доступу: <http://texty.org.ua/pg/article/kulch/read/60860/>. – Назва з екрана.
30. Горбулін В. С. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу / В. С. Горбулін // Стратегічні пріоритети. – 2014. – № 4. – С. 5–12.
31. Концепція формування інформаційного простору Співдружності Незалежних Держав. Міжнародний документ від 18.10.1996 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/997_185. – Назва з екрана.
32. Сліпченко К. Чому росіяни досі контролюють українські кінотеатри? Заборона фільму «Номер 44» оголила залежність українського кінопрокату / К. Сліпченко // Zaxid.Net. – 2015. – 16.04. – Режим доступу: http://zaxid.net/news/showNews.do?chomu_rosiyani_dosi_kontrolyuyut_ukrayinski_kinoteatri&objectId=1348038. – Назва з екрана.
33. Кісь Р. Глобальне – національне – локальне (соціальна антропологія культурного простору) / Р. Кісь. – Львів : Літопис, 2005. – 300 с.
34. Карпенко В. Інформаційний простір як чинник національної безпеки України [Електронний ресурс] / В.

- Карпенко. – Режим доступу:
<http://www.ualogos.kiev.ua/fulltext.html?id=76>. – Назва з екрана.
35. Савінцев В. Війни та збройні конфлікти сучасності. Досвід проведення інформаційно-пропагандистської кампанії у ході конфлікту в південній Осетії та Абхазії (за результатами аналізу відкритих джерел) / В. Савінцев // Воєнна історія. – 2008. – № 6 (42).
36. Война [Електронний ресурс] // Зеркало недели. – Режим доступу:
<http://opros2014.zn.ua/war/>. – Загл. с екрана.
37. Лигачева Н. «Интер» как зеркало гибридного медиапространства Украины [Електронний ресурс] / Н. Лигачева // MediaSapiens. – 2015. – 6.01. – Режим доступу:
http://osvita.mediasapiens.ua/authors_view/inter_kak_zerkalo_gibridnogo_mediaprostranstva_ukrainy/. – Загл. с екрана.
38. Лигачева Н. МедиаОБОЗ или медиаАВАНГАРД? [Електронний ресурс] / Н. Лигачева // MediaSapiens. – 2015. – 20.04. – Режим доступу:
http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/mediaoboz_ili_mediiavangard. – Загл. с екрана.
39. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про телебачення і радіомовлення» (щодо участі іноземних осіб в телерадіоорганізаціях) [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=53594. – Назва з екрана.

40. Закон України «Про внесення зміни до Податкового кодексу України щодо підготовки, виготовлення, розповсюдження книжок та періодичних видань друкованих засобів масової інформації вітчизняного виробництва» // Відом. Верховної Ради. – 2015. – № 17. – ст. 119.
41. Закусило М. Експерти про законопроекти щодо інформаційної безпеки: Це все потрібно було обмежити ще півроку тому [Електронний ресурс] / М. Закусило // Телекритика. – 2015. – 3.02. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/pravo/2015-02-03/103268>. – Назва з екрана.
42. Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» // Відом. Верховної Ради. – 2014. – № 27. – ст. 904.
43. Ворона Т. Самые рейтинговые украинские СМИ на YouTube и мировой рекорд «Громадського ТВ» – исследование Google [Электронный ресурс] / Т. Ворона // AIN.UA. – 2014. – 25.11. – Режим доступа: <http://ain.ua/2014/11/25/551883>. – Загл. с экрана.
44. Петренко Г. Законопроект про прозорість медіавласності: чи дізнаємося ми правду про власників усіх ЗМІ? [Електронний ресурс] / Г. Петренко // MediaSapiens. – 2015. – 19.06. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/law/zakonoproekt_pro_prozorst_mediasapiens_chi_diznaemosya_mi_pravdu_pro_vlasnikov_usih_zmi/. – Назва з екрана.

45. European Convention on Human Rights [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf. – Council of Europe F-67075 Strasbourg cedex. 55ст., p. 11.
46. Recommendation CM/Rec(2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content [Electronic resource] // Council of Europe. Committee of Ministers. – Mode of access: <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089699>. – Title from the screen.
47. Стукало А. Українські медіа як бізнес: проблеми і перспективи [Електронний ресурс] / А. Стукало // European Journalism Observatory. – 2014. – 20.11. – Режим доступу: <http://ua.ejo-online.eu/1986/сфери-висвітлення/медіа-журналістика/українські-медіа-як-бізнес-проблеми-і>. – Назва з екрана.
48. Піддубний О. Яку Україну конструюють Весті? [Електронний ресурс] / О. Піддубний // Piddubny.com. – 2014. – 6.07. – Режим доступу: <http://piddubny.com/yaku-ukrajinu-konstruyuyut-vjesti>. – Назва з екрана.
49. Романюк О. Страх і ненависть газети «Вести» ІМІ, для «Телекритики» [Електронний ресурс] / О. Романюк, О. Голуб. – 2015. – 27.02. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/kontent/2015-02-27/104278>. – Назва з екрана.
50. Захарченко А. «Вести» транслують російську пропаганду. Кількісне доведення [Електронний ресурс] / А. Захарченко. – Режим доступу:

- http://osvita.mediasapiens.ua/trends/mediacriticism/vesti_translyuyut_rosiysku_propagandu_kilkisne_dovedennya/ 30 березня. – Назва з екрана.
- 51.«Вести» наращує аудиторію [Електронний ресурс] // Українська асоціація видавців періодичної преси http://uapp.org/press_releases/. – 2014. – 5.09. – Режим доступу: http://uapp.org/press_releases/12967.html. – Назва з екрана.
- 52.Медіа-профспілка: конфлікт навколо «112 Україна» висвітлює ряд гострих проблем [Електронний ресурс] // Незалежна медіа-профспілка України. – 2015. – 10.03. – Режим доступу: <http://nmpu.org.ua/2015/03/media-profspilka-konflikt-navkolo-112-ukrajina-vysvitlyuje-ryad-hostryh-problem/>. – Назва з екрана.
- 53.Association agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other [Electronic resource] // Official EN Journal of the European Union. – 2014. – 29.05. – Mode of access: http://eeas.europa.eu/ukraine/docs/association_agreement_ukraine_2014_en.pdfhttp://eeas.europa.eu/ukraine/docs/association_agreement_ukraine_2014_en.pdf. –Title from the screen.
- 54.Петренко Г. Тоненький промінь кінематографічного світла в кінці довгого тунелю, який ще треба пройти [Електронний ресурс] / Г. Петренко // Телекритика. – 2015. – 13.07. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/rinok/2015-07-13/109148>. – Назва з екрана.
- 55.Квіт С. Масові комунікації / С. Квіт. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2008. – 206 с.

56. Закон України «Про внесення змін до Закону України “Про захист суспільної моралі”» // Відом. Верховної Ради. – 2015. – № 16. – ст. 106.
57. Спільна Заява щодо захисту суспільної моралі [Електронний ресурс] // Інститут Медіа Права. – 2015. – 12.03. – Режим доступу: <http://medialaw.org.ua/news/spilna-zayava-shhodo-zahystu-suspilno/>. – Назва з екрана.
58. Золотухін Д. Передмова до доктрини інформаційної безпеки України [Електронний ресурс] / Д. Золотухін // БлогиUkrinform. – 2014. – 15.10. – Режим доступу: <http://blogs.ukrinform.gov.ua/blog/dmitro-zolotuhin/peredmova-do-doktrini-informaciynoi-bezpeki-ukrayini>. – Назва з екрана.
59. Проект «Концепції інформаційної безпеки України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mir.gov.ua/done_img/d/30-project_08_06_15.pdf. – Назва з екрана.
60. Пудефатт Е. ЗМІ: запобігання конфліктам і постконфліктному відновленню [Електронний ресурс] / Е. Пудефатт. – Режим доступу: <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v41/15.pdf>. – Назва з екрана.
61. Бистрицький Є. Проект війни: від ідентичності до насильства / Є. Бистрицький // Філософська думка. – 2015. – № 1. – С. 61–74.
62. Нагорна Л. «Війни ідентичностей»: сценарії і ризики / Л. Нагорна // Політичний менеджмент. – 2007. – № 2. – С. 47–54.

63. Бек У. Власть и ее оппоненты в эпоху глобализма. Новая всемирнополитическая экономика / У. Бек. – Москва : Прогресс-Традиция ; Издат. дом «Территория Будущего», 2007. – 460 с.
64. Вовканич С. Інформаційний імперіалізм слова і соціогуманістична політика України / С. Вовканич // Вісн. Львів. ун-ту: Серія «Журналістика». – 2003. – Вип. 22, ч. 1. – С. 37–56.
65. Кісь Р. Глобальне – національне – локальне (соціальна антропологія культурного простору) / Р. Кісь. – Львів : Літопис, 2005. – 300 с.
66. Мартинелли А. Глобальная модернизация: переосмысляя проект современности / А. Мартинелли ; пер. с англ. О. В. Малец, А. В. Резаев ; под. общ. ред. А. В. Резаева. – Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2006. – 230 с.
67. Пелагеша Н. Україна у смислових війнах постмодерну: трансформація української національної ідентичності в умовах глобалізації / Н. Пелагеша. – Київ : НІСД, 2008. – С. 7–8.
68. Львів – Донецьк: соціальні ідентичності в сучасній Україні // Україна модерна. Спеціальний випуск. – Ч. 12(2). – Київ-Львів, 2007. – 360 с.
69. Гелнер Е. Нації та націоналізм / Е. Гелнер // Національна ідентичність : [хрестоматія] / [упоряд. Т. Воропай]. – Харків : Крок, 2002. – 316 с.
70. Кулик В. Світова мережа й національна ідентичність / В. Кулик // Критика. – 2011. – Число 11–12 (169–170). – С. 28–31.
71. Этлинг Б. Публичный дискурс в российской блогосфере Public Discourse in the Russian blogosphere / Б. Этлинг, К. Алексанян, Д.

- Келли [и др.] // The Berkman Center for Internet & Society at Harvard University. – 2010. – 60 p.
- 72.Половинчак Ю. Особливості функціонування української блогосфери / Ю. Половинчак // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, III(7), Issue: 42. – 2015. – С. 99–103.
- 73.Zelenkauskaitė A. Television-mediated conversation: Coherence in Italian iTV SMS chat [Electronic resource] / A. Zelenkauskaitė, S. C. Herring // Proceedings of the Forty-First Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-41). Los Alamitos, CA: IEEE Press, 2008. – Mode of access: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/hicss08.pdf>. – Title from the screen.
- 74.Шеремет В. Типология Медиаконвергенции [Электронный ресурс] / В. Шеремет // Cyberleninka. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-mediakonvergensii>. – Загл. с экрана.
- 75.Herring S. C. (In press, 2011). Commentary: Contextualizing digital discourse [Electronic resource] // C. Thurlow & K. Mroczek (Eds.), Digital discourse: Language in the new media. New York: Oxford University Press. – Mode of access: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/commentary.2011.pdf>. – Title from the screen.
- 76.Кросбі В. Що таке нові медіа? [Електронний ресурс] / В Кросбі. – Режим доступу URL:

- http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what_is_new_media.php. – Назва з екрана.
- 77.Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації / Г. Почепцов. – Київ : Спадщина-Інтеграл, 2012. – 464 с.
- 78.Довженко О. Соціальні медіа як середовище нової медіакритики [Електронний ресурс] / О. Довженко // Медіакритика. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analyyka/sotsialni-media-yak-seredovysche-novoyi-mediakrytyky.html>. – 2012. – 18.05. – Назва з екрана.
- 79.Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горювий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2013. – 220 с.
- 80.Balazs B. Necessity knows no laws – the role of copyright pirates in the cultural ecosystem from printing to file sharing networks. Theses. Budapest, 2010. [Electronic resource] / B. Balazs. – Mode of access: http://www.warsystems.hu/wp-content/uploads_bodo/theses.pdf. – Title from the screen.
- 81.Як змусити українців купувати ліцензійний контент (Ігри, музику)? [Електронний ресурс]. – 2013. – 13.03. – Режим доступу: <http://otvet.i.ua/user/4407261/11668/>. – Назва з екрана.
- 82.Половинчак Ю. ЕХтремальний контент: соціальні аспекти / Ю. Половинчак // Громадська думка про правотворення. – Київ, 2012. – № 3. – С. 32.

83. Покальчук О. Пробудження цифрового Ктулху [Електронний ресурс] / О. Покальчук // Дзеркало тижня. – 2012. – 10.02. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/SOCIETY/probudzhennya_tsifrovogo_ktulhu__probudzhennya_tsifrovogo_ktulhu__probudzhennya_tsifrovogo_ktulhu___.html. – Назва з екрана.
84. Torrents.ru зачиняє розділи україномовних релізів! : Архів обговорень за грудень 2009 р. [Електронний ресурс] // Толока. – 2009. – Режим доступу: <http://toloka.to/t9246> . – Назва з екрана.
85. Започаткування громадянського руху «Гуртом» [Електронний ресурс] // Гуртом. – Режим доступу: <http://www.hurtom.com/portal/9351/%D1%80%D1%83%D1%85-%D0%B3%D1%83%D1%80%D1%82%D0%BE%D0%BC> 02.12.2012. – Назва з екрана.
86. Смола Л. Є. Детермінанти політичного процесу сучасності: теоретико-методологічний аналіз в інформаційно-психологічному вимірі / Л. Є. Смола. – Київ : Вид. дім Дмитра Бураго, 2010. – С. 92–93.
87. Плещенко К. Низова блогосфера як засіб індивідуального самовираження / К. Плещенко // Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації», 2013. – № 2 (14). – С. 97–101.
88. Глебова И. И. Функции образов прошлого в политической культуре / И. И. Глебова // Политическая наука. – 2006. – № 3. – С. 140–141.

- 89.Нагорна Л. П. Історична пам'ять: теорії, дискурси, рефлексії: [монографія] / Л. П. Нагорна. – Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2012. – 324 с.
- 90.Чупрій Л. В. Роль Інтернету у формуванні історичної пам'яті українського народу / Л. В. Чупрій // Стратегічні пріоритети. – 2010. – № 1. – С. 98–102.
- 91.Коник А. «Історична пам'ять» та «політика пам'яті» в епоху медіакультури / А. Коник // Вісн. Львів. ун ту. – Львів, 2009. – Вип. 32. – С. 153–163.
- 92.Про проект [Електронний ресурс] // Likбез. Історичний фронт. – Режим доступу: <http://likbez.org.ua/uk/meta-proektu>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 22.10.2015.
- 93.Бойм С. Конец ностальгии? Искусство и культурная память конца века: случай Ильи Кабакова / С. Бойм // Новое литературное обозрение. – 1999. – № 39.
- 94.Смола Л. Є. Детермінанти політичного процесу сучасності: теоретико-методологічний аналіз в інформаційно-психологічному вимірі / Л. Є. Смола. – Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. – С. 320.
- 95.Делокаров К. Э. Мировоззренческие основания современной цивилизации и ее глобальный кризис / К. Э. Делокаров // Общественные науки и современность. – 1994. – № 2. – С. 91.
- 96.Присяжнюк М. М. Прийоми маніпулювання свідомістю людей через засоби масової інформації [Електронний ресурс] / М. М. Присяжнюк. – 2011. – 29.04. – Режим доступу:

- http://kobzar1814.blogspot.com/2011/04/blog-post_29.html. – Назва з екрана.
97. Панкратов В. Н. Защита от психологического манипулирования / В. Н. Панкратов. – Москва : Изд-во Ин-та психотерапии, 2004. – С. 98–115.
98. Горовий В. М. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства / В. М. Горовий. – Київ, 2005. – С. 203.
99. Афанасьев В. Г. Социальная информация и управление обществом / В. Г. Афанасьев. – Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 2-е изд. – 408 с.
100. Інтеграція України у світове співтовариство в контексті розвитку бібліотечних інформаційних технологій / [О. С. Онищенко, Л. А. Дубровіна, В. М. Горовий та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2011. – С. 256.
101. Горова С. В. Інтернет-ЗМІ як об'єкт бібліотечної інформаційної діяльності : монографія / С. В. Горова ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2013. – С. 29.
102. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. – Москва : Аспект Пресс, 2005. – С. 35.
103. Олександр Сич: Ми маємо виробити програму соціогуманітарної реінтеграції Донбасу в Україну [Електронний ресурс] // Урядовий портал. – 2014. – 21.08. – Режим доступу:

- http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=247542274.
– Назва з екрана.
104. Россия против Майдана: история информационной войны [Электронный ресурс] // iPress.ua. – 2014. – 8.04. – Режим доступа:
http://ipress.ua/ru/news/rossyua_protyv_maydana_ystoryyua_unformatyionnoy_voyni_58744.html. – Загл. с экрана.
105. Кузьмин А. М. Категория «медиасреда» и ее содержание на современном этапе развития общества [Электронный ресурс] / А. М. Кузьмин // Медиаскоп. – 2011. – № 1. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/765>. – Загл. с экрана.
106. Кириллова Н. Б. От медиакультуры к медиалогии [Электронный ресурс] / Н. Б. Кириллова // Культурологический журн. – 2011. – № 4. – Режим доступа: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/98.html&j_id=8. – Загл. с экрана.
107. Половинчак Ю. Мобилизационный и манипулятивный потенциал дискурса социальных медиа [Электронный ресурс] / Ю. Половинчак // VII Междунар. науч.-практ. конф. «Интернет и общество». Тбилиси, 2015 / Ю. Половинчак. – Режим доступа: <http://inso.ge/inso2015/wp-content/uploads/2015/07/4-iulia-polovinchak.pdf>. – Загл. с экрана.
108. Козловець М. Світовий комунікативний простір і національна ідентифікація / М. Козловець // Наук. зап. [Нац. ун-ту «Острозька академія»]. Серія: Філософія. – 2010. – Вип. 6. – С. 119–136.

109. Рогозина И. В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект : [монография] / И. В. Рогозина. – Москва : Изд-во Алт. гос. техн. ун-та, 2003. – 290 с.
110. Фомичева И. Д. Социология СМИ / И. Д. Фомичева. – Москва : Аспект Пресс, 2007. – 335 с.
111. Бодрийяр Ж. Фрагменты из книги «О соблазне» / Ж. Бодрийяр // Иностранная лит. – 1994. – № 1. – С. 59–66.
112. Штанько В. І. Сучасні інформаційно-комп'ютерні технології як чинник трансформацій соціокультурної реальності / В. І. Штанько // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – № 829. – Серія: Теорія культури і філософії науки. – Вип. 36. – Харків, 2008. – С. 22–30.
113. Brown R. The Making of Memory: the Politik of Archives, Libraries and Museums in the Construction of National Consciousness / R. Brown, B. Davis-Brown // History of the Human Sciences. – 1998. – № 4. – P. 17–32.
114. 10. Моя Україна. Спогади та самобутність // RadioFreeEuropa. RadioLiberty. – Режим доступу: http://docs.rferl.org/infographics/2014/2014_11/my-ukraine-uk/#menu. – Назва з екрана.
115. Обращение одесситки к Путину. – Режим доступа: https://durdom.in.ua/ru/main/article/article_id/25854.phtml. – Загл. с экрана; Обращение одесситки к Путину // YouTube. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=Gv04Nd0U-9I>. – Загл. с экрана.

116. Хобзей Н. Лексикон львівський: поважно і на жарт / Н. Хобзей, О. Сімович, Т. Ястремська, Г. Дидик-Меуш. – Львів : Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2009. – 672 с.
117. Визгалов Д. Брендинг города / Д. Визгалов. – Москва : Институт экономики города, 2011. – 160 с.
118. Гундорова Т. «Внутрішня колонізація» – повторна колонізація / Тамара Гундорова // Критика. – 2011. – Ч. 9–10 (167–168). – С. 23–26.
119. Laitin D. Identity in Formation: The Russian-Speaking Populations in the Near Abroad / David Laitin. – Ithaca : Cornell University Press, 1998. – 418 p. – (The Wilder House Series in Politics, History, and Culture).
120. Астаф'єв А. О. Вплив російської імперської ментальності на соціо- культурне відчуження в Україні: шляхи подолання. Аналітична записка [Електронний ресурс] / А. О. Астаф'єв // Нац. ін-т стратег. дослідж. – Серія: Гуманітарний розвиток. – Вип. 19. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1821>. – Назва з екрана.
121. Астаф'єв А. Глобальна культура, безпекова раціональність і соціокультурне відчуження у перехідному суспільстві / А. Астаф'єв // Вісн. Київ. нац. торгов.-екон. ун ту. – 2015. – № 3 (2). – С. 49–59.
122. Портнов А. Арена Німеччина: україно-російське інформаційне протистояння [Електронний ресурс] // Politconsultant.org : Асоціація політичних консультантів України.

- Режим доступу: <http://politconsultant.org/search/result>. – Назва з екрана.
123. Рубан Ю. Стратегія гуманітарної безпеки України у контексті гібридної війни [Електронний ресурс] / Ю. Рубан // Historians.in.ua : інтернет-мережа гуманітаріїв в Україні і світі. – Режим доступу: <http://www.historians.in.ua/index.php/en/dyskusiya/1341-yurii-ruban-stratehiia-humanitarnoi-bezpeky-ukrainy-u-konteksti-hibrydnoi-viiny>. – Назва з екрана.
124. Концепція якісних змін бібліотек задля забезпечення сталого розвитку України (до 2025 року) [Електронний ресурс] // Українська бібліотечна асоціація. – Режим доступу: <http://ula.org.ua/ua/252-dokumenti/dokumenti-uba>. – Назва з екрана.
125. Маніфест Української бібліотечної асоціації «Бібліотеки в умовах кризи», прийнятий президією УБА 7 липня 2015 р. [Електронний ресурс] // Українська бібліотечна асоціація. – Режим доступу: <http://ula.org.ua/ua/252-dokumenti/dokumenti-uba>. – Назва з екрана.
126. Про реалізацію проекту «Бібліотеки як центри підтримки громадян в умовах воєнної загрози: робота із внутрішньо переміщеними особами» : Наказ Міністерства культури України від 18 вересня 2014 року № 773 [Електронний ресурс] // Міністерство культури України : офіц. веб-сайт. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/371947;jsessionid>

- d=E48 C9 AF8 B276709 C2 E3 BFA9 AAFFFD516.app2. – Назва з екрана.
127. Співак В. М. Політико-правовий та соціокультурний виміри глобалізації : монографія / В. М. Співак. – К. : Логос, 2011. – 416 с.
128. Білорус О. Г. Глобальні трансформації і стратегії розвитку : монографія / О. Г. Білорус, Д. Г. Лук'янченко [та ін.]. – К., 1998. – 416 с.
129. Гантингтон С. Столкновение цивилизаций / Самюэль Гантингтон ; [пер. с англ. Т. Велимеева, Ю. Новикова]. – М. : АСТ, 2005. – 603, [5] с.
130. Крисаченко В. С. Динаміка населення: популяційні, етнічні та глобальні виміри : монографія / В. С. Крисаченко. – К. : НІСД, 2005. – 368 с.
131. Колодко Г. В. Глобалізація і перспективи розвитку постсоціалістичних країн / Г. В. Колодко ; пер. з пол.: О. Палій. – К. : Основні цінності, 2002. – 248 с.
132. Мартен Д. Метаморфози світу: Соціологія глобалізації / Домінік Мартен, Жан-Люк Мецжер, Філіп П'єр ; пер. з фр. Є. Маркічева. – К. : КМ Академія, 2005. – 302 с. – Бібліогр.: с. 276–302.
133. Лях В. В. Нові форми ідентичності в добу глобалізації // Інформаційне суспільство у соціально-філософській ретроспективі та перспективі / В. В. Лях, В. С. Пазенюк, Я. В. Любивий [та ін.]. – К. : ТОВ «XXI ст.: діалог культур», 2009. – С. 94–110.

134. Бжезинский З. Еще один шанс. Три президента и кризис американской сверхдержавы / Збигнев Бжезинский. – М. : Междунар. отношения, 2007. – 240 с.
135. Сміт Ентоні Д. Націоналізм: теорія, ідеологія, історія / Ентоні Д. Сміт ; [пер. с англ.] – К. : К.І.С., 2004. – 170 с.
136. Павленко Ю. В. Історія світової цивілізації: соціокультурний розвиток людства : навч. посіб. / Ю. В. Павленко ; відп. ред. та автор вст. слова С. Кримський. – К. : Либідь, 1996. – 360 с.
137. 12. Козловець М. А. Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації : монографія / М. А. Козловець ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – 558 с.
138. Тарковський І. Людство на межі тисячоліть: перехід від індустріального до інформаційного суспільства (глобальний аспект) / І. Тарковский // Людство на межі тисячоліть: діалог цивілізацій : матеріали наук.-практ. конф. 23 трав. 2003 р. – К. : Нац. акад. упр. – К., 2003. – 329 с.
139. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Френк Уэбстер; [пер. с англ] М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной ; под. ред Е. Л. Вартановой. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
140. Духовні цінності в умовах глобальних цивілізаційних трансформацій: монографія / ред. Власової, Т. М. Талько. – Дніпропетровськ : Вид-во Маковецький, 2009. – 404 с.
141. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації : монографія / за ред. Д. Г. Лук'яненка. – К. : КНЕУ, 2001. – 538 с.

142. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс ; [пер. з англ]. – К. : Ваклер, 2007. – 304 с.
143. Матеріали міжнародної міждисциплінарної конференції «Людина та її ідентичність у добу глобалізації», 29–30 черв. 2010 р. / відп. за вип. А. Карась. – Львів, 2010. – 302 с.
144. Інтеграція України у світове співтовариство в контексті розвитку бібліотечних інформаційних технологій / [О. С. Онищенко, Л. А. Дубровіна, В. М. Горовий та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К. : НБУВ, 2011. – С. 5–36; Горовий В. М. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства : монографія.– К. : НБУВ , С. 58–77; 192–231.

