

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Навчально-науковий інститут
міжнародних відносин та національної безпеки
Кафедра інформаційно-документних комунікацій

ЗАТВЕРДЖУЮ

на засіданні кафедри інформаційно
документних комунікацій

(протокол № __ від _____ 2021 р.)

Завідувач кафедри _____ Ганна ОХРИМЕНКО

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра

на тему:

**«Інформаційний простір України: аналіз тенденцій в контексті теорії
соціальної дії Ю. Габермаса»**

Виконав студент групи МІнс-61

спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Новак Михайло Сильвестрович

Керівник – кандидат наук з державного
управління, старший викладач

ШЕРШНЬОВА Олена Володимирівна

Рецензент – доктор філологічних наук,
професор кафедри інформаційних систем
управління ДоННУ ім. Василя Стуса

ЛУКАШ Галина Павлівна

Острог -- 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ	7
1.1 Інформаційний простір в контексті розвитку інформаційного суспільства	7
1.2 Основні поняття та структурні елементи інформаційного простору.....	16
Висновки до 1 розділу	29
РОЗДІЛ 2 ТЕОРІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЇ Ю. ГАБЕРМАСА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ АНАЛІЗУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ	30
2.1 Основні положення теорії соціальної дії Ю. Габермаса.....	30
2.2 Висвітлення теорії соціальної дії Ю. Габермаса у контексті аналізу інформаційного простору	37
Висновки до 2 розділу	45
РОЗДІЛ 3 ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЇ Ю. ГАБЕРМАСА ДО АНАЛІЗУ ТЕНДЕНЦІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ.....	46
3.1 Інформаційні процеси в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса в інформаційному просторі України	46
3.2 Результати аналізу тенденцій в інформаційному просторі України у період 2011-2020 рр. в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса	53
Висновки до 3 розділу	68
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	72

ВСТУП

Актуальність теми дослідження: Одним з найпотужніших чинників впливу на формування сучасного суспільства є розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій (ІКТ). Саме рівень їх розвитку в державі визначає спосіб взаємодії влади та громади, пріоритети державної політики та економіки, спосіб життя людей. Високий рівень розвитку інформаційно-телекомунікаційних технологій надає можливість забезпечити економічне зростання держави, зміцнити демократію, краще та ефективніше реалізовувати інтереси громадян. Процес інформатизації суспільних відносин створює нову структуру – інформаційне суспільство, яке володіє вище переліченими характеристиками. Для України шлях до інформаційного суспільства – це шлях до економічного добробуту та інтеграції у глобальний інформаційний простір.

Сучасне інформаційне суспільство характеризується тим, що інформацію почали використовувати як технологічний ресурс. Сьогодення – час тотального зростання обсягів інформаційних потоків у всіх сферах життєдіяльності цивілізації – характеризується як перехід від «індустріального суспільства» до «суспільства інформаційного». Інформаційний простір будь-якої держави є організаційно впорядкованою сукупністю інформаційних ресурсів, інформаційних технологій, що реалізують інформаційні процеси, отже є системою, яка функціонує за певними правилами та може бути охарактеризована в межах окремих теорій.

У зв'язку з цим дослідження інформаційного простору в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса (Jürgen Habermas), яка дозволяє описати окремі тенденції та явища ньому. Так, ключове положення філософської теорії Ю. Габермаса полягає в тому, що в сучасному плюралістичному світі фундаментом суспільної згоди не можуть бути ні релігійна орієнтація, ні будь-які ідеологічні розпорядження. Основу морально-правової поведінки складають процедури вільного соціального діалогу, раціонально-критична переконливість, яка вимагає від кожного індивіда максимальної відмови від форм придушення

особистості, що склалися [83]. Саме це і становить **актуальність дослідження** тенденцій в інформаційному просторі України в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса.

Стан наукової розробленості теми: магістерське дослідження було б неможливим без використання теоретико-методологічних напрацювань в галузях соціальних комунікацій та комунікативної філософії, а також були використані праці теоретиків інформаційного суспільства Д. Белла [24], М. Кастельса [48], М. Маклюена [51], Е. Тоффлера [64], Я. Любимий [50], теоретиків, що займаються проблематикою функціонування інформаційного простору України, зокрема, І. Арістова [21], І. Білько [26], В. Гапотій [33], В. Горбулін [8], О. Григор [37], О.Каптерев [47], І. Курас [49], Б. Потятинник [59], О. Старіш [61; 62] та інші. Важливим було використання праць Ю. Габермаса [30; 31; 69; 70; 71] та дослідників його творчих здобутків А. Гарбадин [34], А. Дахній [39], К. Дмитренко [41], С. Мамчак [52], І. Матюшина [53], Б. Фливіберг [67], М. Хмара [72], а також даних офіційної статистики України [77] та соціологічних досліджень, Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства [2], та нормативно-правових актів України з питань інформації та комунікацій [1; 3-20].

Мета дослідження: проаналізувати тенденції в інформаційному просторі України у період 2011-2020 рр. в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса.

Для реалізації мети було поставлено такі **завдання дослідження:**

- здійснити аналіз поняття інформаційного простору в контексті інформаційного суспільства;
- охарактеризувати інформаційний простір та його структурні елементи;
- проаналізувати основні положення теорії соціальної дії Ю. Габермаса;
- висвітлити теорію соціальної дії Ю. Габермаса у контексті аналізу інформаційного простору;

- проаналізувати інформаційний простір України у період 2011-2020 рр. в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса.

Об'єктом дослідження є інформаційний простір, а **предметом дослідження**: тенденції в інформаційному просторі України в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса.

Хронологічні межі дослідження: 2011-2020 роки.

Методологічна база дослідження: При написанні магістерської роботи було використано такі **методи** дослідження, як:

- *аналіз* (розчленування на складові інформаційного простору),
- *синтез* (цілісності інформаційного простору як простору функціонування інформаційних потоків),
- *аналогія* (подібність окремих елементів інформаційного простору як відкритої системи),
- *абстрагування* (перспективи розвитку інформаційного простору України в майбутні періоди),
- *класифікація* (виділення за певними спільними ознаками видів інформаційного простору),
- *порівняння* (визначення подібних та відмінних характеристик окремих елементів інформаційного простору),
- *узагальнення* (збір та впорядкування усього емпіричного та теоретичного матеріалу),
- *історичний метод* (аналіз окремих характеристик інформаційного простору України у період 2011-2020 рр.),
- *статистичний аналіз* (характеристика кількісних характеристик інформаційному просторі України).

Наукова та практична значущість роботи: Наукова новизна отриманих результатів зумовлена як сукупністю поставлених завдань, так і способами їх розв'язання. В роботі здійснено спробу аналізу тенденцій в інформаційному просторі України у період 2011-2021 рр. в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса. Результати дослідження можуть бути використані: при

підготовці матеріалів про інформаційне суспільство, його стан та розвиток в Україні, критичне мислення, теорію соціальної дії Ю. Габермаса, проблеми маніпулювання суспільною думкою та шляхи його уникнення; для опублікування в засобах масової інформації; при підготовці інших інформаційно-аналітичних матеріалів.

Структура роботи: магістерська робота складається зі вступі трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури. У першому розділі охарактеризовано інформаційний простір та його структурні елементи, а також здійснено аналіз цього поняття в контексті розвитку інформаційного суспільства. У другому розділі здійснено висвітлення теорії соціальної дії Ю. Габермаса у контексті аналізу інформаційного простору та подано основні положення його теорії. У третьому розділі інформаційні процеси в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса в інформаційному просторі України та результати аналізу тенденцій в інформаційному просторі України у період 2011-2021 рр. в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса.

Апробація: Результати магістерської роботи було апробовано під час XXVI наукової викладацько-студентської конференції «Дні науки» в Національному університеті «Острозька академія» (Острог, 11-14 травня 2021) з виступом на тему «Інформаційний простір України: аналіз тенденцій в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса» [57] та під час XLIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії» (Переяслав, 2021) з темою «Тенденції в інформаційному просторі України» [58].

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

У розділі охарактеризовано інформаційний простір та його структурні елементи, а також здійснено аналіз цього поняття в контексті розвитку інформаційного суспільства.

1.1 Інформаційний простір в контексті розвитку інформаційного суспільства

Стрімкий розвиток і поширення ІКТ сьогодні набуває характер пришвидженої інформаційної революції, яка чинить значний вплив на політичну, економічну, наукову, культурну, управлінську та інші суспільні сфери в межах як однієї країни, також і в глобальному масштабі.

Проблема становлення нового типу суспільства вперше почала досліджуватись на Заході. Інформаційне суспільство розглядалось у межах двох основних концепцій – постіндустріалізму та концепції власне інформаційного суспільства.

Прихильниками **концепції постіндустріалізму** були Д. Белл, Р. Дарендорф, А. Турен, Д. Етціон та Ф. Феррароті. Підґрунтям цієї концепції була теорія суспільства, що передувало постіндустріальному – власне індустріального. Основний акцент у дослідженнях ставиться на необхідності удосконалення засобів отримання, обробки та поширення інформації та на результатах їх використання в економіці. Це було зумовлено бурхливим розвитком ІКТ, які спричинили масштабні наслідки на світовому ринку.

Потужний поштовх для подальшого дослідження ідей інформаційного суспільства спричинила праця Д. Белла «Прийдешнє постіндустріальне суспільство. Досвід соціального прогнозування» [24]. Автор розділяє всю історію розвитку суспільства на три стадії: аграрну, індустріальну та

постіндустріальну. Він намагається охарактеризувати постіндустріальне суспільство, відштовхуючись від характеристик індустріального суспільства. В свою чергу, індустріальне суспільство він характеризує як таке, що має основною метою виробництво максимальної кількості машин та речей. Тому, характерною рисою переходу до постіндустріального суспільства є перехід від виробництва речей до розвитку надання послуг, пов'язаних з освітою, охороною здоров'я та управлінням.

Д. Белл пише, що *«будь-яке сучасне суспільство живе за рахунок інновацій і соціального контролю за змінами. Воно намагається передбачити майбутнє і здійснити планування. Саме ця зміна в усвідомленні природи інновації робить вирішальним теоретичне знання»* [24, с. 94]. Рух у цьому напрямку набирає сили, об'єднуючи науку, техніку та економіку. Знання та інформація, на думку вченого, є ефективним каталізатором та основним стратегічним ресурсом постіндустріального суспільства.

Прихильниками **концепції власне інформаційного суспільства** були Е. Тоффлер, Й. Масуда, Дж. Нейсбіт, Дж. Бенігер, З. Бжезинський, М. Маклюен, М. Кастельс, А. Урсул та інші. Функції і роль інформації в суспільстві та тенденції розвитку інформаційного суспільства також досліджували М. Маклюен [51] та Е. Тоффлер [64].

Відмінною рисою поглядів М. Маклюена [51] було те, що ІКТ він розглядає як головний фактор формування соціально-економічної основи нового суспільства. Телекомунікаційні і комп'ютерні мережі відіграють роль своєрідної нервової системи у формуванні *«глобальної спільноти»*, в якій все настільки взаємопов'язано, що відбувається становлення *«глобального села»*. Також М. Маклюен підкреслює винятковий вплив мас-медіа на суспільство.

Теоретик інформаційного суспільства Е. Тоффлер пропонує власну схему історичного процесу. У праці «Третя хвиля» [64] він виділяє в історії цивілізації три хвилі – аграрну, індустріальну та постіндустріальну. Остання окреслилась в результаті інформаційної революції [64, с. 68]. Постіндустріальне суспільство,

на його думку, характеризується деконцентрацією виробництва та населення, різким зростанням інформаційного об'єму та індивідуалізацією особистості.

На зламі 80-90-их рр. ХХ ст. дослідженням інформаційного суспільства почав займатись М. Кастельс. Основними ознаками формування нового суспільного ладу він вважає зміни в глобальній економіці та міжнародному фінансовому ринку. Його праця «Інформаційна ера: економіка, суспільство і культура» [48] присвячена розгорнутому аналізу сучасних тенденцій, які спричиняють формування основ суспільства, яке він називає «мережевим» [48, с. 55]. Виходячи з того, що інформація за своєю природою є ресурсом, який найлегше проникає через всі можливі перешкоди та кордони, інформаційну еру він розглядає як епоху глобалізації. При цьому, мережеві структури стають водночас засобом та результатом глобалізації суспільства. «Фундаментальними джерелами виробництва та влади» в новому суспільстві є збір, аналіз та передача необхідної інформації [48, с. 55].

Ф. Уебстер у праці «Теорії інформаційного суспільства» [65] виділяє основні критерії інформаційного суспільства:

- *технологічний* – ІТ використовується у сферах виробництва, управлінні, побуті;
- *просторовий критерій* – акцентується на інформаційних мережах, які пов'язують різні місця, а потім можуть мати сильний вплив на організацію часу і простору;
- *економічний* – інформація постає як важливий економічний ресурс;
- *культурний* – визнання культурної цінності інформації сприяє утвердженню інформаційних цінностей в інтересах розвитку окремого індивіда і суспільства в цілому;
- *критерій, пов'язаний зі сферою зайнятості*, – суспільство входить в інформаційну добу тоді, коли більшість зайнятих працює в інформаційній сфері. Зниження зайнятості у сфері виробництва та збільшення в сфері послуг, розглядається як заміна фізичної праці працею у інформаційній сфері.

Інформаційно-технологічна революція, яка відбувається фактично сьогодні, визначає рух суспільства до нового типу – інформаційного, або «суспільства знань». Найважливішою його характеристикою є його глобальний характер. Процес його формування передбачає стирання кордонів між країнами та людьми, відбувається докорінна зміна структури світової економіки, ринок стає більш динамічним та конкурентним. Інформаційне суспільство в ідеалі гарантує соціально-економічне благополуччя населення. Тому рух у побудови інформаційного суспільства сьогодні став пріоритетом як для України [16], так і для всіх країн світу.

Так, Окінавська Хартія глобального інформаційного суспільства, прийнята 22 червня 2000 року, вказує, що *«інформаційно-комунікаційні технології є одним з найважливіших факторів, які впливають на формування суспільства XXI століття»* [2].

Російські дослідники Г. Смолян та Д. Черешкін виділяють такі основні ознаки нового інформаційного суспільства:

- *формування єдиного інформаційного простору* і поглиблення процесів інформаційної та економічної інтеграції держав;
- *становлення і в майбутньому домінування в економіці країн, які стоять найближче до становлення інформаційного суспільства, нових технологічних ладів*, які базуватимуться на масовому використанні мережевих ІКТ і телекомунікацій;
- *підвищення рівня освіти*, завдяки розширенню можливостей систем інформаційного обміну на міжнародному, національному та регіональному рівні [81].

На думку І. Ханіна результатом власне шостої інформаційної революції є формування у світі нової цивілізації – інформаційного суспільства [84]. На **рис.1.1.1** відображено передумови та наслідки розгортання *шостої інформаційної революції* авторства І. Ханіна.

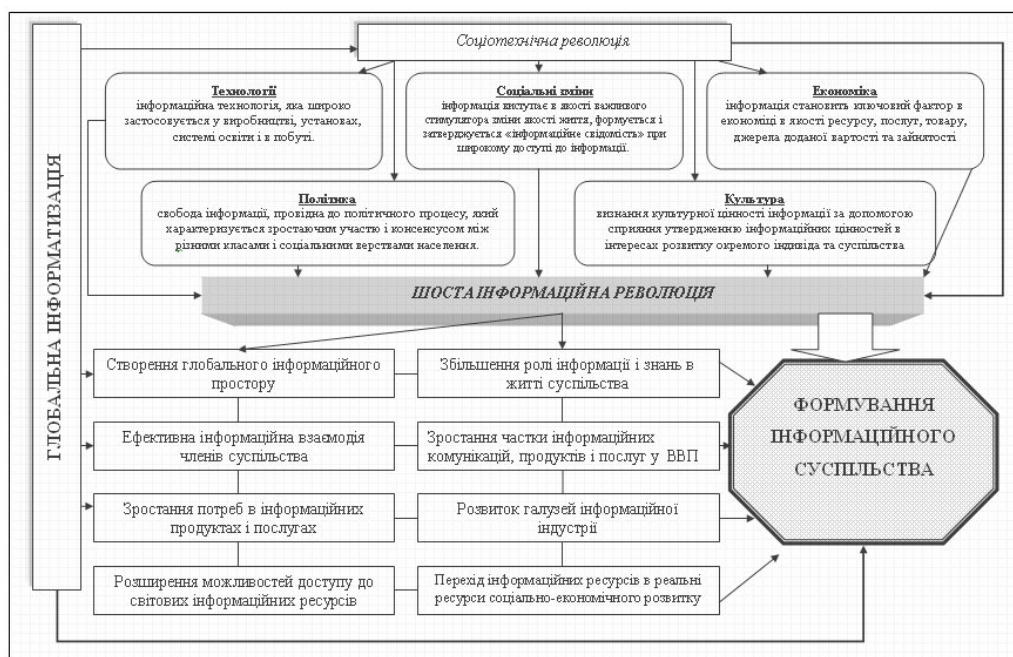


Рис. 1.1.1 Передумови та наслідки розгортання шостої інформаційної революції [84]

З огляду на те, що українські дослідники, зокрема, В. Гапотій [33], В. Горбулін [8], О. Григор [37], І. Курас [49], Б. Потятинник [59] та інші розглядають інформаційний простір як складову інформаційного суспільства та простір розгортання життєдіяльності особистості. Так, на думку К. Дубняк інформаційний простір доцільно охарактеризувати «*суб'єктами й співтовариствами, завдяки відсутності меж і своїй віртуальності є інтеграційним механізмом організаційних структур*» [80].

Інформаційний простір – це сукупність або ареал повідомлень, які розповсюджують засоби масової комунікації на певній території і можуть бути адекватно сприйняті реципієнтом. Загалом поняття «інформаційний простір» належить до відкритих систем, а О. Старіш відзначає, що «*категорія «відкриті системи» дозволяє не тільки найбільш якісно (об'єктивно оцінювати події, що вже відбулися (минулі події), найбільш глибоко і виражено оцінювати і характеризувати зміст і суть процесів, що відбуваються в конкретному (у межах однієї держави) суспільстві і/ чи світовому співтоваристві в цілому, але моделювати і прогнозувати з досить високим ступенем імовірності*

наступний хід історичних подій існуючої цивілізації» [62, с. 16]. Окрім того, згідно теорії катастроф: чим складніша система, тим більше шансів у виникнення в процесі її розвитку кризової ситуації, що потребує «вибухової» перебудови організації цієї системи. Тому необхідно навчитися аналізувати динамічні процеси в системі та передбачати її розвиток.

Разом з тим, О. Старіш стверджує: *«комунікаційна підсистема (поличної системи – прим. авт.) в найширшому смислі цього слова, що включає спектр ІКТ у комплексі зі змістовною (креативністю) складовою, складає особливий специфічний (міжсередовищний...) інформаційний простір»* [62, с. 67], а також характеризує єдиний інформаційний простір як основу інтеграційно-дезінтеграційних процесів [62, с. 173-210].

Інформаційний простір є метасистемою, де кожний її елемент – текст, є її важливим елементом. Як відомо, інформаційний вибір аудиторії засобів масової комунікації (ЗМК) залежить від багатьох факторів: віку, освіти, професії, часу сприйняття інформації та джерел інформації, які доступні для неї тощо. Відтак, інформаційний вибір є одним із головних чинників формування інформаційного поля особистості, що є видовим поняттям до родового інформаційного простору, зокрема, національного.

Сюди можна ще віднести інформаційні інтереси особи, які спрямовують її між інформаційними потоками, створюючи певні бар'єри між засобами масової інформації (ЗМІ) та аудиторією, особливо це відображається в діяльності міжрегіональних ЗМК. Система цінностей як окремої особи так і аудиторії взагалі, певний вплив створює і культурний тезаурус.

Включення особистості в інформаційний простір відбувається за допомогою інформаційного пошуку, який втілює потреби інформаційного вибору аудиторії. Щоб краще зрозуміти на скільки охоплює інформаційний простір інформаційне поле особистості варто зобразити їх схематично (рис.1.1.2).

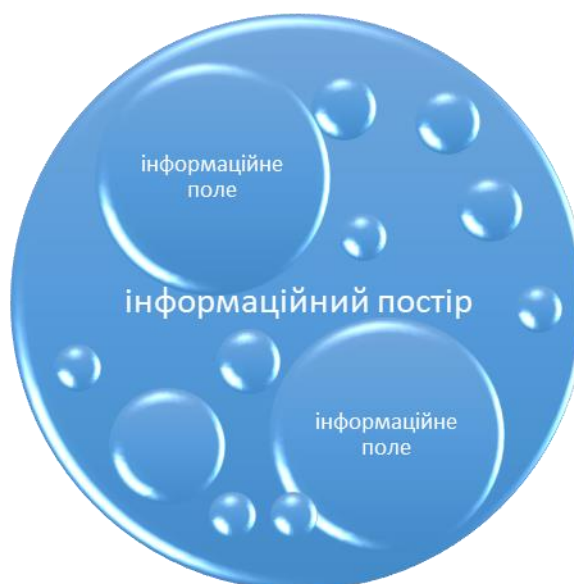


Рис. 1.1.2 Співвідношення інформаційного простору та інформаційного поля

Інформаційне поле – сукупність усієї зосередженої в просторі інформації, безвідносно до її форми і стану, що знаходиться у відриві як від об'єкта відображення, так і від суб'єкта сприйняття. Рух інформації інформаційному полі здійснюється за допомогою фізичного зв'язку між реципієнтом і джерелом інформації, матеріалізованим в *інформаційному потоці*.

На сьогодні є концептуальний підхід до структури особистості (інформаційного поля за автором), який запропоновано В. Каптеревим у роботі «Мультимедіа як соціокультурний феномен» [47], та включає 8 основних осей, які характеризують інформаційні процеси, що відбуваються як у свідомості людини (як ключовому понятті концептуальної структури), так і в її інформаційному полі:

- **вісь об'єктів:** образ, знак, концепт, текст, документ;
- **вісь предметнення:** автокомунікація, семантизація, концептуалізація, інтерпретація, документалізація;
- **вісь раціональної поведінки:** мислення, спілкування, навчання, наука, інформаційна діяльність;

- **вісь ірраціональної повідки:** медитація, телепатія, віра, священні тексти, ритуал;
- **вісь принципів поведінки:** розпізнання образів, самонавчання, логічний висновок, встановлення коефіцієнтів зв'язку, структурування даних;
- **вісь інструментальних засобів:** віртуальна реальність та інтерактивна віртуальна реальність, мультимедіа, експертні системи, гіпертекст, системи управління базами даних та текстові редактори;
- **вісь рефлексії:** ідентифікація, ідеографія, концептографія, текстографія, документографія;
- **вісь розпредметнення:** сприйняття, розуміння, пізнання, навчання, читання [47].

Організація глобального інформаційного простору [74]:

- *символьна*, символи виконують важливу роль у формуванні сучасного глобального інформаційного простору, адже і вербальна і невербальна комунікація несе визначені смисли;
- *візуальна*, візуалізація інформації є визначальною в сучасному світі, адже найбільша частка смислової інформації сприймається через візуальний контакт;
- *подієва*, події є способом підтвердження дійсності, відтак, люди сприймають події краще, ніж розповідь, не задумуючись про те, що події часто є наперед підготовленими;
- *міфологічна*, міфологеми є значущими, адже є своєрідною базою даних для формування цілей розвитку соціуму та тим, що сприймаються суспільством без будь-якої перевірки на істинність, тобто на віру.
- *комунікативна*, безпосередня чи опосередкована комунікація є основою зміни поведінки соціуму.

Разом з тим більш докладно глобальний інформаційний простір характеризують:

- *матеріальні (технологічні) способи та методи підготовки, поширення інформації* по горизонталі, включно з її передачею, ретрансляцією й отриманням;
- *соціально-економічні можливості доступу до інформації населення*, включаючи всі його прошарки в даній країні; забезпечення поширення інформації по вертикалі;
- *існування національної системи інформації та зв'язку з її конкретними компонентами*, що визначають територію поширення інформації;
- *наявність національного законодавства в галузі інформації та зв'язку*, що регулюють функціонування й використання ЗМІ в забезпеченні національних і державних інтересів. Так, в Україні інформаційна безпека є невід'ємною частиною політичної, економічної, оборонної та інших складових національної безпеки. Її об'єктами є інформаційні ресурси, канали інформаційного обміну і телекомунікації, механізми забезпечення функціонування телекомунікаційних систем і мереж та інші елементи інформаційної інфраструктури країни.
- *наявність законодавчої бази міжнародного рівня та міжнародних і регіональних угод в галузі масової інформації*, що забезпечують обмін нею між державами і взаємопроникність національних інформаційних просторів.

Також можна зазначити, що термін «інформаційний простір» дуже близький до терміну «ноосфера», адже інформація в ноосфері повинна вироблятися, кодуватися і декодуватися, тиражуватися, відтворюватися у матеріальній цінності, якими є, в тому числі, і предмети культури, і продукція ЗМІ. Загалом загальнолюдський характер інформаційного процесу дає

можливість за аналогією із ноосферою вести мову про створення певної сфери яка уособлює собою інформаційну сферу людства тобто певне інформаційне поле яке має свої закономірності і характеристики.

Отже, в підрозділі було проаналізовано висвітлення поняття «інформаційний простір» як складову та породження інформаційного суспільства.

1.2 Основні поняття та структурні елементи інформаційного простору

Загалом **глобальний інформаційний простір** – це середовище, у якому в процесі інформаційної взаємодії трансформується контент взаємодії. В цілому питання інформаційного простору держав та інформаційних зв'язків та між ними набуло надзвичайної ваги на національному порядку денному всіх без винятку країн, а також наднаціональних утворень. Адже стратегія розвитку інформаційного суспільства має бути підкріплена розвитком людських ресурсів, здатних відповісти на вимоги інформаційної доби.

Суб'єктами глобального інформаційного простору, є держави та наддержавні утворення, фізичні особи та юридичні особи, зокрема:

- державні та недержавні інформаційні агентства;
- транснаціональні корпорації;
- органи державної влади;
- інші державні та недержавні організації;
- громадські та міжнародні громадські організації, їх філії в окремих країнах;
- державні та недержавні установи, служби і центри збору, зберігання, дослідження та поширення статистичної, соціологічної, економічної, іншої суспільно значущої інформації;

- спеціальні галузеві та міжгалузеві (проблемні, банково-інформаційні, довідкові тощо) установи і центри (бюро) наукової та науково-технічної інформації;
- державні та недержавні аудіовізуальні і друковані засоби масової інформації, структури, які їх об'єднують (компанії, корпорації, асоціації, спілки тощо);
- видавництва всіх типів, різних форм власності;
- торговельні та інші установи з розповсюдження матеріальних носіїв інформації (книжкової продукції, і преси, компакт-дисків, відео- та аудіокасет);
- професійні творчі об'єднання громадян у галузях науки, літератури і мистецтва, винахідницької та раціоналізаторської діяльності, збереження й охорони історико-культурної спадщини, інформаційного обслуговування (творчі спілки, товариства, асоціації тощо);
- виставкові організації та центри;
- бібліотечні, музейні, клубні та інші культурно-просвітницькі установи, які використовуються в інформаційній діяльності;
- поліграфічні підприємства;
- підприємства зв'язку та іншого матеріально-технічного забезпечення життєздатності національного інформаційного простору, збирання, дослідження та поширення інформації;
- зарубіжні і міжнародні організації, представництва, спільні підприємства, належним чином зареєстровані (акредитовані) в окремих країнах;
- інші, причетні до збирання, зберігання, дослідження і поширення інформації, державні та недержавні формування.

Глобальний інформаційний простір завдяки своєму транскордонному та віртуальному характеру постає у сучасному світі як одна з основних сфер

інтеграції людської спільноти в планетарних масштабах, саме тому **основними функціями глобального інформаційного простору є [60]:**

- *інтеграційно-дезінтеграційна*, інформаційний простір об'єднує в єдину просторово-комунікативну та соціокультурне середовище різні види людської діяльності і займаються ними суб'єктів, в тому числі як окремих людей, так і цілі держави, народи і міжнародні коаліції і транснаціональні корпорації.
- *соціальна*, інформаційний простір трансформує склад суспільства і змінює характер і зміст соціально-політичних (громадських) відносин у всіх сферах – політиці, культурі, науці, релігії і інших.
- *актуалізації*, саме в інформаційному просторі здійснюється актуалізація інтересів різних суб'єктів діяльності за допомогою реалізації ними інформаційної політики.
- *геополітична*, інформаційний простір формує власні ресурси і змінює значимість традиційних ресурсів, створюючи нове середовище геополітичних відносин і конкуренції.
- *комунікативна*, інформаційний простір створює особливе середовище транскордонної, інтерактивної і мобільної комунікації різних суб'єктів діяльності, в рамках якої вони здійснюють інформаційний обмін [60].

В межах наук управлінського та комунікаційного циклів [21; 22; 23; 29; 40; 59; 66; 74; 75] сформувалось кілька базових **підходів до класифікації інформаційного простору.**

Під час реалізації суспільних відносин структура інформаційного простору змінюється, адже важливі зміни в ньому відбуваються у процесі його **професійної сегментації**, коли певні його сегменти умовно за певними, характерним для професійної діяльності ознаками і особливостям змісту, функцій та організації комунікації, об'єднуються в формально відмінні від інших сегментів інформаційного простору «зони»: *економічний, екологічний, фінансовий тощо.* В процесі використання технологій веб 2.0 та 3.0

створюються *віртуальні спільноти*, які теж є елементами професійної сегментації.

Значна кількість дослідників виділяє класифікацію інформаційного простору за **територіальною ознакою**:

- *локальний/ місцевий* – на рівні конкретної адміністративно-територіальної одиниці;
- *регіональний* – рівень району, області, регіону, що склався історично;
- *національний* – простір, на який розповсюджується юрисдикція країни і обмежений державним кордоном.

Разом з тим, прискорені інноваційні зміни у сфері інформаційного забезпечення суспільного розвитку, пов'язані з науково-технічним прогресом, розвитком процесів глобалізації та змінами в системі розселення (зокрема, міграційні процеси населення працездатного віку), постіндустріальною фазою розвитку більшості провідних економік, перехід їх на інформаційні засади розвитку, сприяють взаємопроникненню інформаційних просторів різних держав, які являють собою потужну інформаційно-комунікативну складову глобалізаційного процесу. Це зумовлює доцільність виокремлення таких різновидів інформаційного простору, як: *трансрегіональний, континентальний та глобальний*.

Слід зазначити, що поняття «**національний інформаційний простір**» значною мірою є політичним поняттям. Згідно такого підходу держава зобов'язана забезпечити його використання в інтересах держави та її громадян в контексті інформаційних небезпек та загроз як у сфері внутрішньої, так і зовнішньої безпеки.

За структурованістю інформаційний простір може бути:

- *неструктурований* – інформаційний простір, що починає формуватися, характерний для початків розвитку людства; характеризується відсутністю визначених структурних зв'язків між

інформаційними об'єктами та звичайно пов'язаний з вербальним описом діяльності суспільства та його підсистем;

- *частково структурований* – структура перебуває в стадії формування чи в переході на новий щабель розвитку; містить у собі множини неформалізованих суспільних артефактів;
- *структурований* – чітко сформована елементна структура та зв'язки між елементами;
- *формалізований та структурований* – інформаційний простір передбачає не лише використання формалізованих документів та визначених інформаційних потоків, а й формалізованих процесів обробки інформаційних об'єктів;
- *структурований та автоматизований* – інформаційний простір є характерним для суспільств, в яких активно використовуються новітні технології комунікації та автоматизовані системи підтримки прийняття управлінських рішень, реалізуються принципи сервісності послуг тощо.

За середовищами функціонування інформації: *внутрішній, середовищний та між середовищний.*

На рівні актів законодавства основними елементами **інформаційного простору України** доцільно визначити такі (рис. 1.2.1):

1. національні інформаційні ресурси України – це окремі документи і масиви документів, результати інтелектуальної, творчої та інформаційної діяльності, бази й банки даних, всі види архівів, бібліотеки, музейні фонди та інші, що містять дані, відомості й знання, зафіксовані на відповідних носіях інформації, є об'єктами права власності всіх суб'єктів України і мають споживацьку вартість (політичну, економічну, соціокультурну, оборонну, історичну, ринкову, інформаційну тощо).



Рис. 1.2.1 Елементи інформаційного простору України

2. інформаційна інфраструктура, у складі якої є такі елементи:

- **організаційні структури**, що забезпечують формування, функціонування й розвиток інформаційного простору, а також збирання, обробку, зберігання, поширення та ефективне використання інформаційних ресурсів. Обслуговуючу роль щодо діяльності цих елементів виконують науково-методичне, інформаційне, матеріально-технічне, кадрове, фінансове забезпечення;
- **інформаційно-телекомунікаційні структури** – це територіально розподілені державні і корпоративні комп'ютерні мережі, телекомунікаційні мережі й системи спеціального призначення і загального користування, мережі й канали передачі даних, засоби комутації та управління інформаційними потоками;
- **інформаційні технології** – організована сукупність систем, засобів, методів і способів, яка на базі інформаційної інфраструктури забезпечує процеси обробки, зберігання, розвитку, поширення, використання та захисту інформаційних ресурсів;
- **система засобів масової інформації** – це сукупність друкованих і електронних засобів масової інформації – теле-, радіокомпаній, інформаційних

агентств, комплексів книговидання, кінематографічного, бібліотечного, архівного тощо.

Основними компонентами національної інформаційної інфраструктури як складової інформаційного простору України (**рис. 1.2.2**) є такі компоненти:

- **законодавча** як сукупність всіх нормативно-правових актів, що регулюють процеси в національному інформаційному просторі (Конституція України [1], Закон України: від 3 квітня 2003 р. № 676-IV «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань забезпечення безперешкодної реалізації права людини на свободу слова» [6], від 13.01.2011 р. №2939-VI «Про доступ до публічної інформації» [8], від 22.05.2003 р. № 851-IV «Про електронні документи та електронний документообіг» [9], від 02.10.1992 р. № 2658-XII «Про інформацію (зі змінами та доповненнями)» [13], від 04.02.1998 р. № 74/98-ВР «Про Національну програму інформатизації» [15] та інші);
- **організаційна** як органи та структури, що регулюють інформаційний простір (Державний комітет телебачення та радіомовлення України та інші);
- **економічна** як фінансування програм розвитку національної інформаційної інфраструктури;
- **технічна** як програмні та апаратні засоби забезпечення функціонування інформаційного простору;
- **методологічна** як концепції та програми розвитку національної інформаційної інфраструктури.

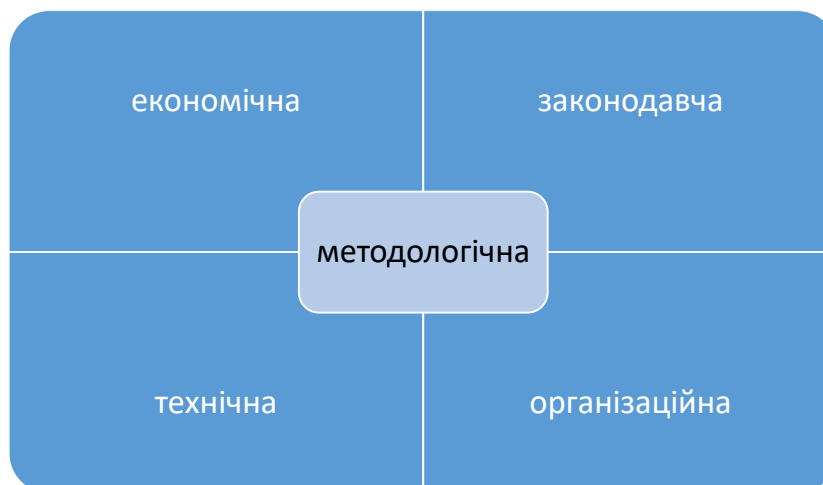


Рис. 1.2.2 Компоненти національної інформаційної інфраструктури як складової інформаційного простору України

Згідно чинного Закону України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» [1616] визначаються засади, на яких ґрунтується національна політика розвитку інформаційного суспільства в Україні (**рис. 1.2.3**).

В сучасних умовах інформаційного суспільства відбувається стрімкий розвиток інформаційних технологій за двома базовими напрямками, які також є **вимірами функціонування інформаційного простору** (техніко-технологічних систем та соціальних систем) [61; 62].

Інформаційний простір техніко-технологічних систем (сукупність баз і банків даних, технологій їх ведення використання, інформаційно-телекомунікаційних систем, мереж, додатків і організаційних структур, що функціонують на основі певних принципів і за встановленими правилами, що забезпечує інформаційну взаємодію користувачів, а також задоволення їх інформаційних потреб):

- телекомунікаційна інфраструктура;
- інформаційні ресурси на машинних носіях;
- методи й засоби прикладної математики;
- організаційні заходи;

- правові норми;
- ринок інформаційних технологій.

Засади, на яких ґрунтується національна політика розвитку інформаційного суспільства в Україні	пріоритетності науково-технічного та інноваційного розвитку держави
	формування необхідних для цього законодавчих і сприятливих економічних умов
	всебічного розвитку загальнодоступної інформаційної інфраструктури, інформаційних ресурсів та забезпечення повсюдного доступу до телекомунікаційних послуг та ІКТ
	сприяння збільшенню різноманітності та кількості електронних послуг, забезпеченню створення загальнодоступних електронних інформаційних ресурсів
	поліпшення кадрового потенціалу та забезпечення інформаційної безпеки
	посилення мотивації щодо використання ІКТ та широкого впровадження ІКТ в науку, освіту, культуру, охорону здоров'я, охорону навколишнього середовища

Рис. 1.2.3 Засади, на яких ґрунтується національна політика розвитку інформаційного суспільства в Україні [за 16]

Інформаційний простір соціальних систем:

- продукти інформаційних ресурсів (засоби масової комунікації, ньюс-мейкери, експерти, виробники специфічних інформаційних ресурсів);
- канали комунікації (форматовані засоби масової комунікації, міжособистісне спілкування);
- галузі за інформаційними каналами (генератори інформаційних ресурсів, новатори, центри, суперконсерватори) [61; 62].

Разом з тим, у сучасному науковому дискурсі науки державного управління сформувалось бачення просторів державного управління, зокрема, В. Дрешпак [79] розрізняє та характеризує **інформаційний, комунікативний**

та **семіотичний простори державного управління** за елементами, основним елементом, відносинами, процесами та межами.

Структура – це сукупність стійких взаємозв'язків між елементами системи, що визначається організацією системи й просторово-часовим розташуванням елементної бази, яку складають *інформаційне поле* та *інформаційний простір*. Де **інформаційний потік** – сукупність інформації, що переміщується в інформаційному просторі через канали комунікації. Інформаційні потоки можуть протікати як усередині окремих інфосфер, так і між ними, залежно від наявності каналів комунікації.

З аспекти аналізу інформаційних потоків: *прагматичний, синтаксичний та семантичний*. Інформаційні потоки можуть протікати як усередині окремих інформаційних систем, так і між ними, залежно від каналів комунікації. При цьому змістовний характер інформаційного потоку залежить від характеристик каналу комунікації, так для передачі інформаційного потоку про ілюстрації необхідно використовувати канал комунікації, що забезпечує передачу зорових образів (зображень), в іншому випадку будуть неточності й перекручування змісту інформації, що передається, і її сприйняття реципієнтом.

Інформаційні шуми бувають:

- *фізичними*, зумовленими непрохідністю тих каналів, по яких передається інформація;
- *семантичними*, що зумовлені нерозумінням інформації споживачем;
- *прагматичними*, що зумовлені класифікацією інформації як непотрібної для себе.

Інформаційні бар'єри бувають:

- *географічними*, що означають просторове роз'єднання джерела і споживача інформації;
- *історичними*, що означають віддаленість подій в часі, що утруднює достовірність інформації про ці події;

- *кваліфікаційними*, що пов'язані з підготовкою споживача інформації;
- *відомчими* (кожне відомство має власну систему отримання і збереження інформації);
- *режимними*, що створюються спеціально з метою попередження від впливу інформації;
- *мовними*, що пов'язані з відмінністю мов споживача і джерела інформації;
- *термінологічними*, що зумовлені різним розумінням одних і тих самих термінів;
- *економічними*, котрі зумовлені тим, що виробник інформації не має засобів для забезпечення споживачів цією інформацією, або ж споживачі інформації не мають можливості отримати необхідну їм інформацію;
- *психологічними*, що зумовлені суб'єктивним ставленням людей до інформації.

Простір – форма буття матерії, що характеризує її протяжність, структурність, співіснування та взаємодію елементів у всіх матеріальних системах. Спорідненим до поняття «інформаційний простір» є поняття «інформаційне середовище». Його зміст відтворює взаємозв'язок умов, що забезпечують розвиток людини. У цьому разі передбачається її присутність у середовищі, взаємовплив, взаємодія оточення із суб'єктом. **Середовище** – це матеріальні та духовні умови існування і діяльності, що оточують людину. Середовище потенційно містить різні види локалізації процесів (різні види структур), що у своєму історико-культурному розвитку відображають стан опанування засобів і знарядь комунікації в різні часи становлення людської цивілізації.

Для комплексної характеристики властивостей глобального інформаційного простору доцільно їх розділити на базові та параметральні.

Базовими властивостям інформаційного простору [60; 61; 62; 63] є:

- *структурованість, неоднорідність*, елементна база інформаційного простору характеризується неоднорідністю, в інформаційному просторі є атрактори, що привертають увагу, і бар'єри, що її відвертають. Також він має специфічні способи побудови, обробки і поширення інформації залежно від країн та наднаціональних утворень;
- *динамічність*, структура інформаційного простору, що складається з певних елементів, є змінною та залежить від багатьох чинників, зокрема, процесуальності роботи з інформацією та особливості. Він не буває завершеного стану. Фізичні об'єкти, як правило, мають строго певні фізичні межі. Звідси можливо наступне наслідок: досить важко досягти постійного інформаційного домінування, хоча можливе досягнення тимчасового інформаційної переваги;
- *віртуальність, відокремленість* інформації від її матеріальних носіїв створює всі можливості для формування множинності сприйняття інформації;
- *фундаментальність та універсальність*, будь-яка сфера людської діяльності здійснюється в інформаційному просторі; термінологія глобального інформаційного простору підходить для характеристики всіх інформаційних процесів, що відбуваються, в тому числі інформаційних загроз тощо;
- *захищеність*, з точки зору захисту окремі елементи інформаційного простору та окремі типи і види інформації захищаються, так само як і національні інформаційні простори, які складають глобальний. Разом з тим, в контексті ноосферної парадигми та допускання можливості позаземних форм інтелекту виокремлюється захист глобального інформаційного простору від вторгнень та «інших» впливів тощо.

В Україні інформаційним простором керують органи законодавчої, виконавчої, судової та громадські організації. Інформаційну політику нашої держави регулюють значна кількість нормативно-правових актів.

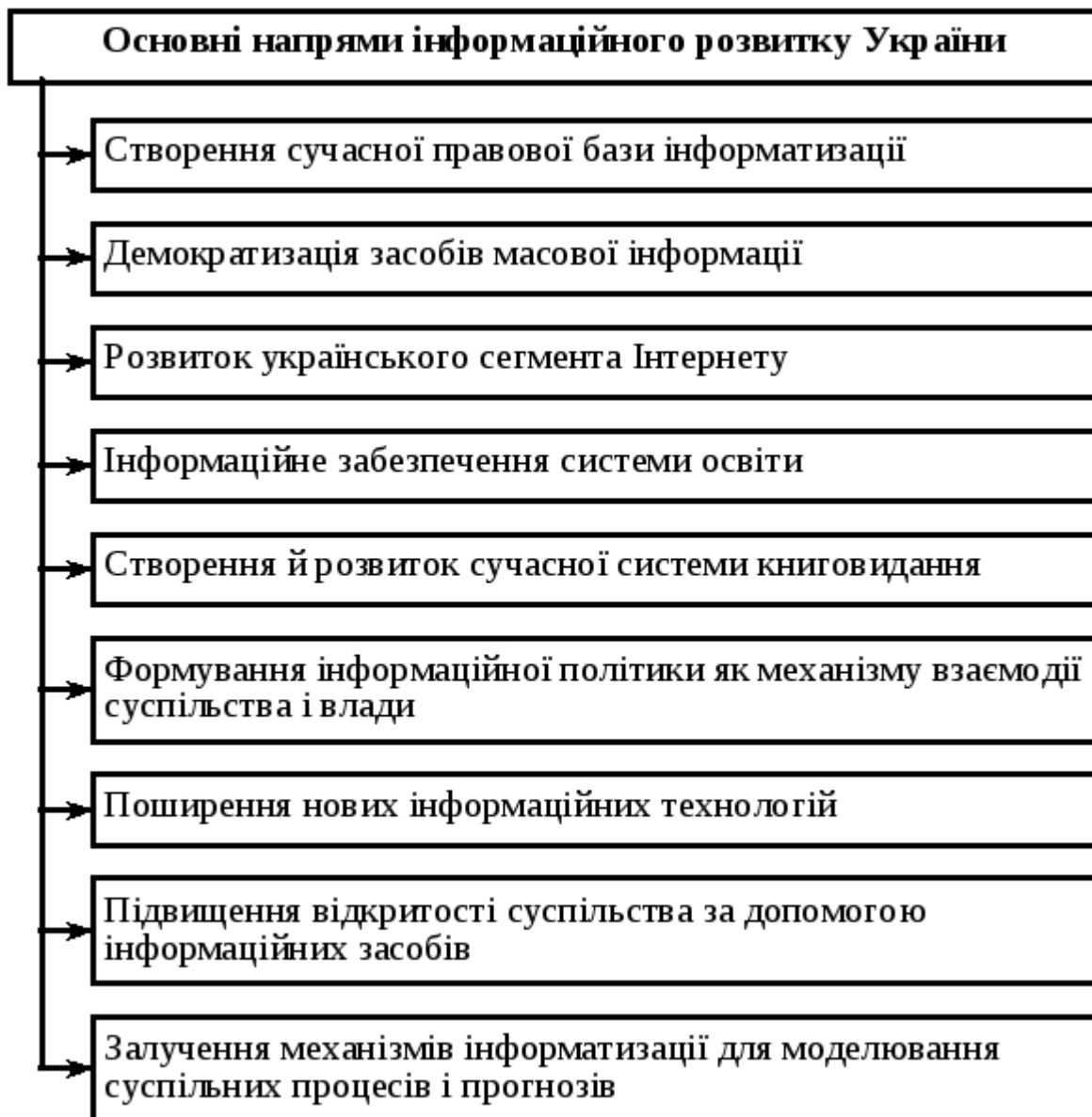


Рис.1.2.4 Основні напрями інформаційного розвитку України за В. Білоусом [25].

Поняття «інформаційний простір» тісно пов'язане з поняттями «інформаційні ресурси», «інформаційний потенціал», «національний інформаційний продукт», «інформаційний суверенітет України», «інформаційний баланс», «мережний інформаційний простір». Стан

інформаційного простору в Україні на сьогодні потребує розвитку інфраструктури, а також формування в державі єдиного національного простору.

Отже, інформаційний простір є складним утворенням, яке потребує подальшого дослідження з точки зору як елементної бази, так і структурно-функціональних зв'язків.

Висновки до 1 розділу

1. Інформаційний простір є метасистемою, що включає в себе сукупність елементів, зокрема, ареал повідомлень, які розповсюджують ЗМК на даній території і можуть бути адекватно сприйняті реципієнтом. Сучасний вигляд інформаційного простору є породженням шостої інформаційної революції – інформаційного суспільства.

2. Основними елементами інформаційного простору України є національні інформаційні ресурси та інформаційна інфраструктура, до складу якої дослідники відносять організаційні структури, інформаційно-телекомунікаційні структури, інформаційні технології та систему засобів масової інформації, необхідно дати оцінку інформаційного простору України. Стан інформаційного простору в Україні на сьогодні потребує розвитку інфраструктури, а також формування в державі єдиного національного інформаційного простору.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЇ Ю. ГАБЕРМАСА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ АНАЛІЗУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ

У розділі здійснено висвітлення теорії соціальної дії Ю. Габермаса у контексті аналізу інформаційного простору та подано основні положення його теорії.

2.1 Основні положення теорії соціальної дії Ю. Габермаса

Ю. Габермас на сьогодні вважається одним з найвпливовіших філософів у світі. Поєднуючи континентальну та англо-американську традиції мислення, він брав участь у дебатах з різними мислителями. Його праці охоплюють теми від соціально-політичної теорії до естетики, епістемології та мови до філософії релігії, і його ідеї суттєво вплинули не лише на філософію, а й на політико-правову думку, соціологію, комунікативні дослідження, теорію аргументації та риторику, розвиток психології та теології. В його творчості варто розрізнити дві широкі лінії постійного інтересу, одна з яких стосується політичної сфери, друга – питань раціональності, комунікації та знань. Останню далі буде розглянуто детальніше.

Теорія комунікативної дії Ю. Габермаса [30; 31; 69; 70; 71] є критичним проєктом, який реконструює концепцію розуму, яка ґрунтується не на інструментальних чи об'єктивних термінах, а на емансипаційному комунікативному акті. Ця реконструкція визначає *«людські дії та розуміння можуть бути плідно проаналізовані як такі, що мають мовну структуру»* [31], і кожне висловлювання спирається на очікування свободи від непотрібного панування. Ці мовні структури спілкування можна використовувати для встановлення нормативного розуміння суспільства. Ця концепція суспільства використовується *«для того, щоб зробити можливим*

концептуалізацію контексту соціального життя, яка адаптована до парадоксів сучасності» [69].

Теорія комунікативної дії як проєкт розпочалась після критичної рецензії книги Ю Габермаса «Знання та людські інтереси» (1968), після чого Ю. Габермас вирішив відійти від контекстного та історичного аналізу соціального знання до того, що стане теорією комунікативної дії. На основі лекцій, спочатку розроблених у «Про прагматику соціальної взаємодії», Ю. Габермас зміг розширити свою теорію до широкого розуміння суспільства.

Теорія комунікативної дії має три взаємопов'язані проблеми:

- побудувати дворівневу концепцію суспільства, яка інтегрує життєвий світ і системні парадигми;
- розробити концепцію раціональності, яка більше не прив'язана та не обмежена суб'єктивістськими та індивідуалістичними передумовами сучасної філософії та соціальної теорії;
- накреслити на цьому тлі критичну теорію сучасності, яка аналізує та пояснює її патології таким чином, що передбачає переспрямування, а не відмову від проєкту просвітництва [71].

Теорія комунікативної дії має на меті *«розробити концепцію раціональності, яка більше не прив'язана та не обмежена суб'єктивістськими та індивідуалістичними передумовами сучасної філософії та соціальної теорії» [68].*

З цією невдачею пошуку остаточних основ «першою філософією» або «філософією свідомості», емпірично перевірена теорія раціональності має бути прагматичною теорією, заснованою на науці та суспільствознавстві. Це означає, що будь-які універсалістські твердження можуть бути підтверджені лише шляхом перевірки протилежних прикладів в історичному (і географічному) контексті, а не шляхом використання трансцендентного онтологічного припущення. Це змушує його шукати основу нової теорії комунікативної дії в традиціях соціології. Він починає з того, що перечитує опис раціональності М. Вебера і стверджує, що він має обмежений погляд на людські дії.

Ю. Габермас стверджує, що основні теоретичні припущення М. Вебера щодо соціальної дії зашкодили його аналізу в напрямку цілеспрямованої раціональності, яка нібито виникає з умов товарного виробництва. Прийняття визначення дії оскільки поведінка людини з наміром або з суб'єктивним значенням, то теорія дії М. Вебера базується на окремому діючому суб'єкті і не охоплює координуючих дій, притаманних соціальному тілу [68].

За М. Вебером, раціоналізація (якщо використовувати це слово в тому значенні, яке воно має в соціологічній теорії) створює три сфери цінності: диференційовані зони науки, мистецтва і права [30]. Для нього ця фундаментальна роз'єднаність розуму становить небезпеку сучасності. Ця небезпека виникає не просто через створення окремих інституційних утворень, а через спеціалізацію когнітивного, нормативного та естетичного знання, яке, у свою чергу, пронизує і фрагментує повсякденну свідомість. Ця роз'єднаність розуму означає, що культура рухається від традиційної основи в консенсусних колективних зусиллях до форм, які раціоналізуються шляхом товаризації та керуються індивідами з інтересами, відокремленими від цілей населення в цілому.

Цією *«цілеспрямованою раціональною дією»* керують «медіа» держави, які замінюють усну мову як засіб координації соціальних дій. Виникає антагонізм між цими двома принципами суспільної інтеграції – *мовою*, яка орієнтована на розуміння та колективне благополуччя, і *«медіа»*, які є системами дій, орієнтованих на успіх.

Слідом за М. Вебером, Ю. Габермас бачить спеціалізацію як ключовий історичний розвиток, який веде до відчуження ефектів сучасності, які *«пронизують і фрагментують повсякденну свідомість»*. Він погоджується з цим оптимістичним аналізом, на відміну від Т. Адорно і М. Хоркхаймер, і вважає, що свобода і ідеали примирення вкоренилися в механізмах мовному опосередкованій асоціації людства.

Ю. Габермас розвиває свою концепцію комунікативної дії: комунікативна дія служить для передачі та оновлення культурного знання в процесі

досягнення взаєморозуміння. Потім він координує дії щодо соціальної інтеграції та солідарності. Нарешті, **комунікативна дія** – це процес, за допомогою якого люди формують свою ідентичність [68].

Знову дотримуючись підходів М. Вебера, все більша складність виникає через структурну та інституційну диференціацію життєвого світу, яка слідує закритій логіці системної раціоналізації наших комунікацій. Відбувається передача координації дій від «мови» до «керуючих засобів масової інформації», таких як гроші та влада, які обходять комунікацію, орієнтовану на консенсус із символічним узагальненням нагород і покарань. Після цього процесу життєвий світ більше не потрібен для координації дій. Це призводить до того, що люди («актори життєвого світу») втрачають почуття відповідальності з ланцюгом негативних соціальних наслідків. Комунікації життєвого світу втрачають своє призначення, стаючи неактуальними для координації центральних життєвих процесів. Це призводить до виривання серця із соціального дискурсу, що дозволяє здійснювати складну диференціацію, але ціною соціальних патологій [69].

«Зрештою, системні механізми пригнічують форми соціальної інтеграції навіть у тих сферах, де не можна замінити залежну від консенсусу координацію дій, тобто де на кону стоїть символічне відтворення життєвого світу. У цих сферах медіатизації життєвий світ приймає форму колонізації» [68].

Ю. Габермас стверджує, що М. Хоркхаймер і Т. Адорно, як і М. Вебер до них, плутали системну раціональність з раціональністю дії. Це завадило їм розібрати наслідки вторгнення керуючих ЗМК в диференційований життєвий світ та раціоналізацію орієнтації на дії, що слідує за цим. Тоді вони могли лише визначити спонтанні комунікативні дії в сферах «нераціональних» дій, мистецтва та любові, з одного боку, або харизми лідера, з іншого, як такі, що мають будь-яку цінність.

За Ю. Габермасом, життєві світи колонізуються керуючими ЗМІ, коли відбуваються чотири речі [71]:

- соціальні ролі досить диференційовані;
- за відчужену працю передбачено відповідну винагороду за дозвілля та гроші;
- традиційні форми життя демонтуються;
- надії та мрії поєднуються державною каналізацією добробуту та культури.

Ці процеси інституціалізовані шляхом розвитку глобальних систем юриспруденції. Тут він вказує на межі цілком юридифікованої концепції легітимації і практично закликає до більш анархістичного «формування волі» автономними мережами та групами. *«Контрінституції мають на меті дедиференціювати деякі частини формально організованих сфер дії, вилучити їх із лап керуючих засобів масової інформації та повернути ці «звільнені області» до середовища досягнення порозуміння, яке координує дії»* [70].

Після того, як М. Вебер відмовився від надмірно негативного використання раціоналізації, можна поглянути на ідеал розуму Просвітництва у новому світлі. **Раціональність** перевизначається як мислення, яке готове піддаватися критиці та систематичному дослідженню як безперервному процесу. Більш широке визначення полягає в тому, що раціональність – це схильність, виражена в поведінці, для якої можуть бути наведені вагомі причини.

Зараз Ю. Габермас готовий дати попереднє визначення процесу комунікативної раціональності: це комунікація, яка *«орієнтована на досягнення, підтримання та перегляд консенсусу – і насправді консенсус, який ґрунтується на міжсуб'єктивному визнанні критичних вимог про дійсність»* [70]. За допомогою цього ключового визначення він зміщує акцент у концепції раціональності з індивідуального на соціальне. Цей зсув є фундаментальним для теорії комунікативної дії. Він ґрунтується на припущенні, що мова імпліцитно соціальна і за своєю суттю раціональна.

Якийсь аргумент є центральним у процесі досягнення раціонального результату. Оскаржувані твердження про дійсність тематизуються, а потім

робляться спроби підтвердити або критикувати їх систематично та суворо. Це може здатися на користь словесної мови, але також враховуються «практичні дискурси», в яких претензії на нормативну правильність тематично та прагматично перевіряються. Невербальні форми культурного вираження часто потрапляють до цієї категорії.

Ю. Габермас пропонує три інтегровані умови, за яких аргументована мова може дати дійсні результати: *«Структура ідеальної мовленнєвої ситуації (що означає, що дискурс) особливим чином імунізована проти репресій і нерівності... Структури ритуалізованого змагання за кращі аргументи... Структури, що визначають побудову окремих аргументів та їх взаємозв'язки»* [71].

Дотримуючись таких принципів раціональної аргументації, комунікативна раціональність розглядається [68] як процеси, за допомогою яких різні претензії на дійсність доводяться до задовільного вирішення, та як відношення до світу, яке люди сприймають, щоб передати дійсність, претендує на висловлювання, які вони вважають важливими.

Далі Ю. Габермас обговорює ще **три типи дискурсу**, які можна використовувати для досягнення дійсних результатів на додаток до словесних аргументів: це **естетичний**, **терапевтичний** та **експлікативний**. Оскільки в «Теорії комунікативної дії» вони не дотримуються, створюється враження, що це вторинні форми дискурсу.

Естетичні дискурси опрацьовують аргументи посередників, які змушують нас розглянути твір чи виставу, які самі по собі демонструють цінність. *«Твір, підтверджений естетичним досвідом, може, у свою чергу, замінити аргумент і сприяти прийняттю саме тих стандартів, відповідно до яких він вважається автентичним»* [70].

Ю. Габермас вважає посередництво критика, куратора чи промоутера важливим для того, щоб привести людей до естетичного досвіду, що відкриває. Це посередництво часто замикається на економічні інтереси безпосередньо або через державне агентство. Коли Ю. Габермас розглядає питання контексту, він

посилається на культуру. *«Кожен процес розуміння відбувається на тлі культурно вкоріненого попереднього розуміння... Інтерпретаційне завдання полягає в тому, щоб інкорпорувати іншу інтерпретацію ситуації у свою власну... це не означає, що інтерпретація в кожному випадку повинна вести до стабільного і однозначно диференційоване призначення»* [70].

Мовленнєві акти вбудовуються в контексти, які також змінюються ними. Відносини динамічні і відбуваються в обох напрямках. Бачити контекст як фіксований фон або попереднє розуміння означає виштовхувати його зі сфери комунікативної дії.

Терапевтичний дискурс – це те, що служить для прояснення систематичного самообману. Такі самообмани зазвичай виникають через досвід розвитку, який залишив певну жорсткість поведінки або упередженість оціночних суджень. Ця жорсткість не дозволяє гнучко реагувати на вимоги теперішнього часу. Ю. Габермас бачить це з точки зору психоаналізу. Супутнім аспектом цього дискурсу є прийняття рефлексивної установки, яка є основною умовою раціонального спілкування [70]. Але твердження про вільність від ілюзій має на увазі вимір самоаналізу, якщо воно хоче займатися змінами. Найскладніші ілюзії, безсумнівно, закладені в нашій підсвідомості.

Експлікативний дискурс зосереджується на самому засобі досягнення розуміння – засобі лінгвістичного вираження. Раціональність повинна включати готовність поставити під сумнів граматику будь-якої системи комунікації, яка використовується для передачі заяв про дійсність. Питання про те, чи може візуальна мова висунути аргумент, не порушується Ю. Габермасом. Хоча мова широко визначається як будь-яка комунікативна дія, над якою ви можете обміркувати, саме вербальний дискурс є пріоритетним у його аргументах. Вербальна мова, безумовно, займає чільне місце в його моделі людських дій. Усні контексти спілкування були вивчені відносно мало, і в «Теорії комунікативної дії» не зроблено розрізнення між усними та літературними формами.

Соціальна дія за Ю. Габермасом [70, с. 320-325] може бути:

- *нормативна* (орієнтація на сформовану систему норм та цінностей);
- *драматургічна* (учасники громадського взаємодії висловлюють і представляють себе);
- *телеологічна* (орієнтація на досягнення мети: інструментальна – об'єкти матеріального світу, стратегічна – на очікування, цілі та засоби «Іншого»).

Оскільки система колонізує життєвий світ, більшість підприємств не керуються мотивами своїх членів. *«Бюрократичне позбавлення влади та висихання спонтанних процесів формування думки та волі розширює простір для інженерної масової лояльності та полегшує відокремлення прийняття політичних рішень від конкретних контекстів життя, що формують ідентичність»* [70]. Система робить це, винагороджуючи або примушуючи те, що легітиміє її, із культурних сфер. Такі умови громадського патронажу непомітно заперечують свободу, яка нібито є в культурному полі.

Отже, теорія комунікативної дії Ю. Габермаса на сьогодні є актуальною та такою, що характеризує складові інформаційного простору, зокрема, такі як естетичний, терапевтичний та експлікативний дискурси.

2.2 Висвітлення теорії соціальної дії Ю. Габермаса у контексті аналізу інформаційного простору

Теорія соціальної дії багатогранна, вона акумулює у собі потужні теоретичні ресурси філософської та соціологічної думки, інтегруючи пізнавальний потенціал теоретичних шкіл, які традиційно перебувають в опозиції. Звертаючись до категорій самого Ю. Габермаса, доцільно стверджувати, що теорія соціальної дії прагне задовольнити запити всіх трьох типів пізнавальних інтересів [68]: *технічного* (прогнозування та управління), *практичного* (інтерпретація та розуміння) та *емансипаційного* (критика та вивільнення), які пов'язані інформаційним полем особистості, а, відтак, і інформаційного простору як національного, так і глобального.

Відтак, доцільно виділити такі важливі **фактори формування глобального інформаційного простору** на сьогодні постають:

- *інформаційна єдність усієї людської цивілізації*, зокрема, співробітництво політичних і економічних еліт у досягненні здобутків соціальних цивілізацій;
- *тотальна інформатизація* як системно-діяльнісний процес оволодіння інформацією (ресурсом управління розвитку) з допомогою засобів інформатики з метою створення інформаційного суспільства і на його основі – подальшого продовження прогресу цивілізації. Інформатизація включає три взаємопов'язані процеси: *медіатизацію, комп'ютеризацію та інтелектуалізацію*;
- *інтелектуальний потенціал націй*, зокрема, захист основних прав і свобод людини і засобі масової комунікації; дотримання культурної самобутності та ідентичності націй; захист прав інформаційної інтелектуальної власності у глобальному інформаційному просторі;
- *гуманістичні принципи управління суспільством і вплив на оточуюче середовище*. Пріоритетність інформації як особливого ресурсу розвитку, за допомогою різних засобів комунікації реалізується вільний доступ кожної людини до інформаційних ресурсів усієї цивілізації. Зокрема, кожна з прийнятих у 2015 році Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй 17 Цілей сталого розвитку до 2030 року має однією зі складових інформаційну;
- *трансформація технологій державного управління*. Перехід від підходів сервісності до доброго врядування на основі технологій електронного врядування;
- *діяльність транснаціональних корпорацій (ТНК) та інформаційних ТНК*, в тому числі як інституцій міжнародної співпраці. Сформована інформаційна індустрія, яка включила в себе комп'ютерну і телекомунікаційну промисловість, розробників

аудіовізуального змісту та програмного забезпечення, виробників елементної бази та побутової електроніки, мультимедійну промисловість; громадян, що мають технічні та правові можливості доступу до різноманітних джерел інформації тощо;

- *глобальність інформаційного бізнесу.* Інформація використовується як економічний ресурс з метою підвищення ефективності, стимулювання інновацій, підвищення конкурентоспроможності. Інформація стає предметом масового споживання населення (виробництво, зберігання та передача як аудіовізуальної продукції, так і ділової й розважальної інформації стає найважливішою частиною економіки), а також відбувається інтенсивне формування інформаційного сектора економіки, який зростає більш швидкими темпами, ніж інші сектори;
- *інформаційно багаті та інформаційно бідні спільноти.* Подолання негативних тенденцій у створенні в правовому і організаційному плані логічно завершеної системи управління, формування, розвитку, використання й захисту інформаційних ресурсів, ліквідування відставання у розвитку інформаційного законодавства різних країн тощо. З розвитком інформаційних та комунікативні технологій розпочався не передбачуваний, динамічний розвиток національних економік, а також вони стали більш чутливими до глобального ринку. Тому доцільно виділити феномен *інформаційної прірви* (або проблема дворівневого суспільства, або digital devoid) як проблеми, пов'язаної з швидким зростанням розшарування населення завдяки наявності чи відсутності інформаційних ресурсів (високорозвинені і малорозвинені країни; високий та низький рівень освіти; молоде та старше покоління) тощо.

Інформаційний простір може бути пояснений як «життєвий світ» за Ю. Габермасом. Адже прояснюючи сенс ситуації соціальної дії, він

використовував і перетлумачував гуссерлівське поняття «Lebenswelt», «життєвий світ», об'єднавши його з «символічним інтеракціонізмом» Дж. Міда. Lebenswelt у згоді з Е. Гуссерлем розуміється як *«заслуговуючий довіри ґрунт повсякденної життєвої практики та досвіду щодо світу»*; це також деяке цілісне знання, яке є десь на задньому плані життєвого досвіду і (до певного часу) позбавлене проблемних конфліктів». На відміну від гносеологічних концепцій, що апелюють до якогось ідеального незацікавленому спостерігачеві, Ю. Габермас веде свою теорію дії до прояснення таких реальних передумов як «тілесність» реального індивіда, його життя у суспільстві, як його суб'єктивність, спаяна з традицією. Ю. Габермас, звичайно, визнає, що Lebenswelt – як і позиція «незацікавленого спостерігача – є своєрідною ідеалізацією». Але він надихається тим, що життєвий світ є і справжнім обрієм, і постійною кулісою повсякденної комунікації, повсякденним досвідом людей.

«Життєвий світ» як інформаційний простір є системою, яка може функціонувати як природня – відбувається завдяки дії внутрішніх сил системи, як вимушена – відбувається в результаті впливу на систему зовнішніх сил, наприклад, системи ЗМІ та соціальних медіа, як фактична – відбувається в результаті дії на систему як внутрішніх, так і зовнішніх сил. Структура системи зберігається та збагачується через її функціональні трансформації, в той же час структура полегшує ці перетворення. В структурі системи є сили, що зв'язують та підтримують форму структури.

Ю. Габермас розрізняє «систему» як наперед визначені ситуації, або способи координації, в яких вимоги комунікативної дії таким чином послаблені, у законодавчо визначених межах. Яскравим прикладом системної координації є ринки та бюрократія. У цих системно структурованих контекстах нелінгвістичні медіа слабкі в координації дій, які відбуваються на основі грошей та інституційної влади – ці медіа як би говорять, тим самим звільняючи акторів від вимог сильної комунікативної дії [76].

Термін «життєвий світ», навпаки, відноситься до сфер дії, в яких переважають узгоджені способи координації дій. Насправді, відмінність між

життєвим світом і системою краще розуміти як аналітичну, яка визначає різні аспекти соціальної взаємодії та співпраці.

«Життєвий світ» означає фонові ресурси, контексти та виміри соціальної дії, які дозволяють акторам співпрацювати на основі взаєморозуміння: спільні культурні системи значень, інституційні порядки, які стабілізують моделі дій, і структури особистості, набуті в сім'ї, церкві, районі і школі.

Дослідниками творчих здобутків Ю. Габермаса є А. Гарбадин [34], А. Дахній [39], К. Дмитренко [41], С. Мамчак [52], І. Матюшина [53], Б. Фливберг [67], М. Хмара [72] та інші. Важливим кроком розвитку концепції Ю. Габермаса стало дослідження типів дії у зв'язку з відповідними їм типами раціональності. Він виділяє *чотири види раціональності (рис. 2.2.1)*

Аспекти раціональності, які проаналізував Ю. Габермас, дозволили уточнити саму типологію дії. Він бере до уваги будь-які зрушення традиційного раціоналізму як у бік розробки теорії дії, активності та суверенності особистостей, і у бік дослідження інтеракції, інтерсуб'єктивності, тобто пізнавальних, морально-практичних, соціально-історичних аспектів людської взаємодії. Однак він вважає, що цим темам, аспектам, вимірам філософія досі приділяла мало уваги. Його метою є переплетення «діяльнісного» підходу, у дослідженні розуму як конкретної раціональності дії, у вивченні, зокрема, інтерсуб'єктивних, комунікативних вимірів дії [76].

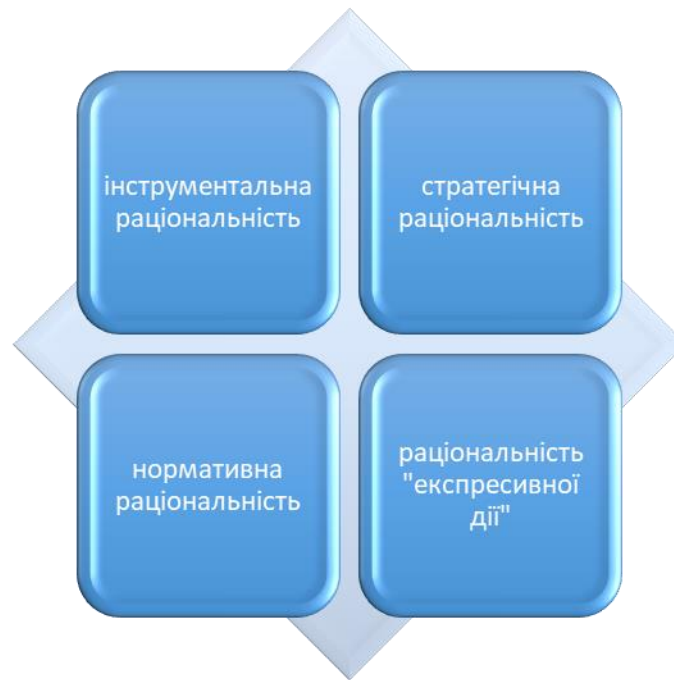


Рис. 2.2.1 Види раціональності за Ю. Габермасом [за: 3477]

У комунікативній дії, або тому, що Ю. Габермас пізніше назвав «сильною комунікативною дією», мовці координують свої дії та прагнення індивіда (або спільні) цілі на основі спільного розуміння того, що цілі за своєю суттю розумні або гідні заслуг. У той час як стратегічні дії досягають успіху, якщо суб'єкти досягають своїх індивідуальних цілей, комунікативні дії досягають успіху, якщо суб'єкти вільно погоджуються, що їх мета (або цілі) є розумними, що вони заслуговують на співпрацю. Таким чином, комунікативна дія є за своєю суттю консенсусною формою соціальної координації, в якій дійові особи «мобілізують потенціал раціональності», наданий звичайною мовою та її мовою раціонально вмотивованої згоди.

Громадяни не контролюють соціальні процеси; вони здійснюють вплив через певні інституціоналізовані механізми та канали комунікації. Як би успішна демократія не створювала легітимність, вона не може отримати повний контроль над великомасштабними складними суспільствами, ані навіть над необхідними умовами для власної реалізації [76].

У цьому сенсі акцент Ю. Габермаса на обмежувальному впливі складності на демократію та його відмова від повністю демократичної форми

соціуму продовжують основний аргумент про необхідність системної інтеграції, навіть з її витратами. Радикальна демократія більше не може бути єдиним засобом соціальної трансформації, хоча зрозуміло, що вона залишається «незакінченим проектом сучасності»: реалізація та трансформація демократії все ще є справжньою метою навіть для складних і глобалізованих суспільств.

Як би успішна демократія не створювала легітимність, вона не може отримати повний контроль над великомасштабними складними суспільствами, ані навіть над необхідними умовами для власної реалізації. У цьому сенсі акцент Ю. Габермаса на обмежувальному впливі складності на демократію та його відмова від повністю демократичної форми соціуму продовжують основний аргумент про необхідність системної інтеграції, навіть з її витратами [76].

Вирішальна ідея Ю. Габермаса полягає в тому, що правила мовної дії можуть стати темою розмови, дискусії, одним словом, *дискурсу* – це більше, ніж вільна розмова, в якій співрозмовники не думають про дотримання правил мовної комунікації. *Дискурс* – це діалог, що ведеться за допомогою аргументів, що дозволяють виявити загальнозначуще, нормативне у висловлюваннях. Але якщо виявлена нормативність висловлювань, то тим самим задана і нормативність вчинків. *Дискурс* забезпечує комунікативну компетентність. *Дискурсом* є не будь-який діалог, а досягнення певної стадії зрілості.

Інформаційне сприйняття оточуючого середовища і самого себе як суб'єкта інформаційних відносин безпосередньо пов'язане з людською свідомістю. Генезис людської свідомості є предметом нескінченних наукових дискусій, тут багато суб'єктивних і прагматичних трактувань. З прагматичних позицій інформаційні процеси можна розрізнити за двома видами:

- у нервовій системі людини та
- в інформаційно-комунікаційній інфраструктурі.

Перші проявляються як психологічний феномен індивідуальної, колективної та масової свідомості, що формує різноманітні й суперечливі

особисті, суспільні й державні інтереси. Людська свідомість, як відомо, допускає інформаційно-психологічне маніпулювання і протидію, тобто вона може бути як об'єктом, так і джерелом негативних або позитивних інформаційних впливів.

Процеси, що відбуваються в інформаційно-комунікаційній інфраструктурі, представляють матеріалізовані інформаційні відображення, які існують на паперових, електронних, магнітних та інших носіях. Ці відображення можуть формуватися, зберігатися і поширюватися за допомогою інформаційно-комунікаційних засобів і технологій, які допускають штучне чи природне пошкодження або руйнування, а також захист від несанкціонованого доступу і фізичного ураження.

Загалом, взаємовідносини між людиною, суспільством і державою відображуються в інформаційній сфері, яка охоплює і впливає практично на всі сфери життєдіяльності. Дуалізм інформаційних впливів полягає в тому, що вони не лише породжуються особистими, суспільними й державними інтересами, а й одночасно змінюють їх. Це відбувається в інформаційному просторі, який може або сприяти, або протидіяти виникненню чи реалізації тих або інших інтересів. Позитивні інформаційні впливи спрямовані на узгодження чи підтримку життєво важливих інтересів, негативні – на їхнє зіткнення чи порушення природного балансу.

Відсутність необхідної інформації чи її викривлення щодо цих інтересів можуть порушити їхній природний баланс і призвести до конструктивних (творчих) або деструктивних (руйнівних) впливів. Негативні інформаційні впливи, як правило, породжуються деструктивними конфліктами і можуть призвести до вкрай небезпечних соціальних, економічних, політичних та інших наслідків. Тому ці впливи представляють основні загрози інформаційній безпеці людини, суспільства й держави. Таким чином, забезпечення інформаційної безпеки потребує динамічного узгодження й коригування особистих, суспільних і державних інтересів з метою недопущення виникнення між ними деструктивних конфліктів, або локалізації та нейтралізації їхніх

негативних наслідків у разі неможливості досягнення балансу інтересів з об'єктивних чи суб'єктивних причин.

Отже, теорія соціальної дії Ю. Габермаса є важливою для аналізу інформаційного простору як національного, так і глобального.

Висновки до 2 розділу

1. За Ю. Габермасом комунікативна раціональність є процесами, за допомогою яких різні претензії на дійсність доводяться до задовільного вирішення, та як відношення до світу, яке люди сприймають, щоб передати дійсність, претендує на висловлювання, які вони вважають важливими.

2. Комунікативна дія – це процес, за допомогою якого люди формують свою ідентичність, а теорія соціальної/ комунікативної дії служить для передачі та оновлення культурного знання в процесі досягнення взаєморозуміння. В життєвих світах, на які впливають ЗМІ, відбуваються чотири процеси: соціальні ролі стають досить диференційовані; за відчужену працю передбачено відповідну винагороду за дозвілля та гроші; традиційні форми життя демонтуються; надії та мрії поєднуються державною каналізацією добробуту та культури.

РОЗДІЛ 3

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЇ Ю. ГАБЕРМАСА ДО АНАЛІЗУ ТЕНДЕНЦІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ

У розділі описано інформаційні процеси в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса в інформаційному просторі України та результати аналізу тенденцій в інформаційному просторі України у період 2011-2020 рр. в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса.

3.1 Інформаційні процеси в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса в інформаційному просторі України

У сучасних умовах різко зросла увага до такого соціального феномену як комунікація. Вона стає об'єктом дослідження на різних рівнях і в різних концептах: соціологічному, кібернетичному, політологічному, філософському, психологічному, лінгвістичному, культурологічному тощо. Таке положення є цілком закономірним і зрозумілим. Боротьба, що в сучасному світі є глобальною трансформацією індустріального суспільства в інформаційно-комунікативне суспільство, супроводжується не тільки проникненням комунікації в усі сфери життєдіяльності суспільства, виникненням і розвитком якісно нового типу комунікативних структур і процесів, але є і глибоким переосмисленням комунікативної природи соціальної реальності, сучасних змін в соціально-комунікативній сфері, місця і ролі комунікацій у розвитку суспільства.

Сучасне суспільство характеризується як інформаційне суспільство, головний капітал якого – інформація. При цьому, збільшується інтенсивність інформаційних процесів – передачі інформації, збільшення її об'ємів та швидкості обробки. Такий процес може спричинити негативний вплив на людину, її інформаційне перенасичення, понижуючи здатність мислити.

Праця Ю. Габермаса «Теорія комунікативної дії», оприлюднена на початку 1980-х рр., увиразнює другий варіант критичної соціальної теорії, розроблений на принципово інших методологічних засадах. На відміну від ранньої праці «Пізнання та інтерес», що містила епістемологічний начерк методології критичних соціальних наук, який так і не зазнав детальнішої розробки, провідними тут стають теорія соціальної дії й теорія суспільства. Викладаючи методологічні засади критичної соціальної теорії на цьому етапі, Ю. Габермас стверджує, що розробляє її як нормативно-емпіричну дисципліну. Це передбачає спрямування теорії комунікативної дії на визначення нормативних засад критичної соціальної теорії в нерозривній єдності з осмисленням фактичних процесів раціоналізації сучасного суспільства та пов'язаного з цим формування яких експертних царин, як сучасна наука, позитивне право, мистецтво й мистецька критика [70, с. 584].

З огляду на те, що термін «інформаційний простір» був запозичений соціально-гуманітарними науками з фізики, де означав співіснування різного роду явищ і чинників. У філософському звучанні в це поняття вкладені дещо інші сенси. У науковому і публіцистичному дискурсі термін «інформаційний простір» застосовують в різних контекстах для позначення системи зовнішніх та внутрішньо організаційних потоків інформації, які в свою чергу, можуть мати різні характеристики з точки зору джерел, змісту, методів збору, передачі та інтенсивності обміну інформацією тощо. Він також може використовуватися у словосполученні, що вказує на певну сферу суспільної діяльності, яка охоплюється конкретною системою потоків інформації. В цьому сенсі говорять про інформаційні економічний, науково-технічний, освітній тощо простори.

Поняття інформаційного простору пов'язане з функціонуванням «інформаційно-комунікаційної системи» суспільства. Інформаційний простір являє собою сукупність інформації, яка зберігається та циркулює в цьому просторі. Інформаційний обмін відповідає законам існування та розвитку людини і соціуму. Відтак, доцільно говорити про інформаційний простір

людини і соціуму. або конкретні його прояви, наприклад, інформаційний простір держави, групи тощо [84].

Загалом, взаємовідносини між людиною, суспільством і державою відображуються в інформаційній сфері, яка охоплює і впливає практично на всі сфери життєдіяльності. Дуалізм інформаційних впливів полягає в тому, що вони не лише породжуються особистими, суспільними й державними інтересами, а й одночасно змінюють їх. Це відбувається в інформаційно-комунікаційному середовищі, яке може або сприяти, або протидіяти виникненню чи реалізації тих або інших інтересів. Позитивні інформаційні впливи спрямовані на узгодження чи підтримку життєво важливих інтересів, негативні – на їхнє зіткнення чи порушення природного балансу.

Якісні і кількісні характеристики інформаційних процесів у інформаційному просторі вимірюються за двома складовими: *інформаційно-психологічною та інформаційно-комунікаційною* [74].

Інформаційно-психологічна складова представляє інформаційні процеси в індивідуальній, колективній і масовій свідомості, інформаційно-комунікаційна – процеси, що реалізують інформаційні взаємозв'язки і взаємовпливи між людиною, суспільством і державою. Ці взаємозв'язки і взаємовпливи породжуються різноманітними й суперечливими особистими, суспільними й державними інтересами, які постійно змінюються і потребують динамічного узгодження та коригування.

Відсутність необхідної інформації чи її викривлення щодо цих інтересів можуть порушити їхній природний баланс і призвести до конструктивних (творчих) або деструктивних (руйнівних) конфліктів. Негативні інформаційні впливи, як правило, породжуються деструктивними конфліктами і можуть призвести до вкрай небезпечних соціальних, економічних, політичних та інших наслідків. Тому ці впливи представляють основні загрози інформаційній безпеці людини, суспільства й держави.

Таким чином, забезпечення інформаційної безпеки інформаційного простору потребує динамічного узгодження й коригування особистих,

суспільних і державних інтересів з метою недопущення виникнення між ними деструктивних конфліктів, або локалізації та нейтралізації їхніх негативних наслідків у разі неможливості досягнення балансу інтересів з об'єктивних чи суб'єктивних причин.

При цьому джерелами загроз інформаційній безпеці, тобто причинами негативних інформаційних впливів, можуть бути не тільки порушення природної рівноваги (балансу) зазначених інтересів, а й навмисні чи несвідомі пошкодження в інформаційно-комунікаційній інфраструктурі (через антропогенні, техногенні чи природні чинники), які призводять до викривлення або спотворення інформації щодо цих інтересів. Відповідно, об'єктами ураження в інформаційній сфері можна вважати, по-перше, індивідуальну, колективну та масову свідомість (інформаційно-психологічні об'єкти). А по-друге – такі складові інформаційно-комунікаційної інфраструктури, які допускають через пошкодження чи руйнування викривлення або спотворення необхідної інформації (інформаційно-комунікаційні об'єкти). У якості ресурсів захисту від інформаційних загроз, як відомо, застосовуються нормативно-правові, організаційно-адміністративні, науково-технічні та інші методи й засоби.

Україна належить до інформаційно залежних держав, насамперед через те, що не має власної мережі кореспондентських пунктів у більшості країн світу. Внаслідок цього інформацію про стан справ в Україні до відома урядів і населення інших країн часто доводить не Україна, а треті держави в потрібній для них, часто zdeформованій формі. Тому формування зарубіжних кореспондентських пунктів – одне з найважливіших завдань на сучасному етапі її розвитку.

Україна є об'єктом інтересів багатьох розвинутих держав, що обумовлює велику вірогідність утягування її в інформаційну війну. Це вимагає розроблення методологічних основ інформаційної безпеки для формування й реалізації політики забезпечення національних інтересів на інформаційному рівні та створення національної системи інформаційної безпеки, тобто

забезпечення такого стану захищеності життєво важливих інтересів особистості, суспільства й держави, при якому зводяться до мінімуму можливі збитки через неповноту, невчасність і недостовірність інформації, негативний інформаційний вплив, негативні наслідки функціонування інформаційних технологій, несанкціоноване поширення інформації.

Особлива роль у міжнародних відносинах належить створенню іміджу держави. Поміркованість зовнішньої політики України, її миролюбні принципи, мирний характер перетворень у суспільстві – це ті базові фактори, які здатні позитивно впливати на міжнародне співтовариство і створювати необхідний образ і потрібне для України його сприйняття у світі.

Формування позитивного іміджу України на міжнародній арені пов'язане з присутністю України в міжнародному інформаційному просторі й потребує скоординованої інформаційної політики. Позитивний імідж країни передбачає насамперед внутрішньополітичну стабільність, прогресивний розвиток економіки, реформування українського суспільства відповідно до світових норм, європейське спрямування вектору зовнішньої політики та зміцнення ролі й місця України у світі.

Для поліпшення ситуації з формування позитивного іміджу України необхідний не просто розвиток, а кількісні та якісні зрушення в роботі зовнішньополітичного відомства. Активну діяльність, пов'язану із зовнішніми відносинами, з усвідомленням важливості присутності держави на міжнародній арені для ефективного забезпечення національних інтересів, здійснюють також дипломатичні установи та відомства. Виходячи з обмеженості інформаційних ресурсів і враховуючи світовий досвід, такі відомства повинні чітко окреслити

Питання механізмів обміну інформацією між державою і суспільством та між суспільством і приватними мас-медіа для України в останні роки є актуальними. Ідеться про необхідність запровадження єдиної концепції державної пропаганди та посилення державного контролю за інформаційним обігом, повернення державі можливостей достатнього інформування суспільства про свої цілі та наміри. Сьогодні для України існують такі

потенційні загрози в інформаційній сфері, а відтак, і реальні загрози позитивному іміджу країни:

- незбалансованість державної політики та відсутність необхідної інфраструктури в інформаційній сфері;
- зволікання зі входженням України до світового інформаційного ринку,
- відсутність у міжнародного співтовариства об'єктивного уявлення про Україну;
- інформаційні атаки й експансія з боку інших держав;
- витік інформації, що містить державну таємницю, та конфіденційної інформації, що є власністю держави.

Сучасні теорії управління інформаційними потоками та ресурсами [60; 61; 62; 63] свідчать, що до основних параметрів інформації, що функціонує в інформаційному просторі доцільно віднести:

- **зміст** – семантика інформації, що визначає проблемну сферу інформаційного запиту користувача. Зміст та межі проблемної сфери залежать від аудиторії, яка визначає методи, шляхи та форми отримання інформації для задоволення запиту;
- **об'єм** – це кількість інформації за певною проблемою, яка є доступною споживачеві інформації. Об'єм додатково характеризується повнотою та достатністю;
- **час** – часовий проміжок між формування інформаційного запиту та його задоволенням. Час як характеристика інформації загалом та інформаційних ресурсів, зокрема, постає в кількох аспектах: визначає комунікаційні канали (момент введення інформації в систему); є характеристикою, яка визначає взаємозв'язок між змістом інформації про об'єкт і її відповідністю реальному стану об'єкта в кожен конкретний момент часу;
- **якість** – це сукупність властивостей, що відображає ступінь придатності конкретної інформації до споживання, і включає:

достовірність, своєчасність, новизну, цінність, корисність, доступність;

- **відповідність потребам** – це показники, що найчастіше використовуються для оцінки результативності інформаційної діяльності з задоволення інформаційних потреб, зокрема, це: пертинентність, релевантність, повнота, точність, наочність представлення;
- **джерело** – ідентифікатор походження інформації і є параметром об'єкту інформації, що обмежує отримання змісту інформації. Джерело постає як умовна одиниця виміру об'єму інформації з проблеми. Джерелами інформації можуть бути одинична публікація, зібрання документів, конкретна особа чи організація, що володіє інформацією тощо;
- **спосіб фіксації** завжди залежить від носіїв інформації, які доцільно розділити на такі класи: документи, персонал, організаційні одиниці, промислові зразки, науковий інструментарій;
- **мова** – як тезаурус для сприйняття будь-якої інформації;
- **вартість** – це грошовий вираз ціна на інформацію як товар чи послугу.

Теорія комунікативної дії є результатом пошуку тих основ, які здатні забезпечити порозуміння та інтеграцію соціальних суб'єктів. Концепція ж публічної сфери, будучи закономірним результатом цього пошуку, втілює в собі ідеально-типову модель взаємодії, в ході якої встановлюється «мораль рівної поваги» [68, с. 20], і можливі проблематизація та зміна тих структур соціального світу, які дають збій.

Отже, у підрозділі описано методіку аналізу тенденцій в інформаційному просторі України, яка засновується на окремих положеннях теорії соціальної дії Ю. Габермаса. Відтак, доцільно відобразити результати аналізу тенденцій в інформаційному просторі України у період 2011-2020 рр.

3.2 Результати аналізу тенденцій в інформаційному просторі України у період 2011-2020 рр. в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса

Стан інформаційного простору України тісно пов'язаний з діяльністю українських мас-медіа, які є значною формуючою частиною його і водночас формують інформаційне поле населення України. Ні для кого не секрет, що єдиний інформаційний простір в Україні на сьогодні відсутній. Регіони живуть своїм життям, описуваної своїми ЗМІ, а Київ – своїм. У Києві не читають регіональну періодику й не дивляться регіональні телевізійні канали, тоді як у регіонах найчастіше неможливо купити київську періодику, добре, що теле- й радіотрансляції з Києва доступні в українській глибинці.

Інформаційні ресурси – це засоби, запаси, можливості і джерела інформації, які визначають роль і місце держави в світі і виступають стратегічним показником національного багатства країни. В Законі України «Про інформацію» прописано, що *«до інформаційних ресурсів України входить вся належна їй інформація, незалежно від змісту, форм, часу і місця створення»* [13].

Такий нерівномірний розподіл інформаційного ресурсу, обмежений доступ до важливої інформації, що, як чисте повітря, повинний бути присутній по всій території України, відразу ставить населення регіонів у нерівні умови при реалізації своїх прав і можливостей, насамперед, – права на свободу слова й інформації.

Для багатьох очевидно, що сучасні інформаційні технології здатні поліпшити ситуацію в суспільстві: уже більше 20 років вони відчутно впливають на розвиток економіки, науки, культури. Інформаційні інструменти стали доступною й звичною складовою бізнесу, керування, утворення. Однак нинішня тенденція розвитку онлайн-бізнесу і його відчутний технократичний нахил можуть залишити поза увагою інформаційного суспільства багато життєвих потреб суспільства, збільшити його соціальне й територіальне розшарування. Проблемою соціальної єдності, як у нашій країні,

так і в багатьох країнах світу стає так званий «цифровий поділ» – розрив між тими, у кого є можливість виходу в Інтернет, і тими, у кого її немає.

Це, так зване техніко-економічне обмеження, – лише одне з багатьох. Для України як і раніше залишається інформаційна нерівномірність між окремими частинами країни, які навіть розташовані поруч. Доходить до абсурду – люди інформовані про події у сусідніх країнах, на інших континентах, але не здогадуються про реальний стан справ, що відбуваються в сусідньому місті або області.

Ще одним важливим аспектом є питання змістовного наповнення вітчизняного інформаційного простору й, насамперед, українських ЗМІ. Суспільство, що віддає перевагу демократичному шляху розвитку, не може ігнорувати той факт, що демократичних ідеалів можна досягти лише тоді, коли всі виборці в цілому утворені й інформовані настільки, що можуть розуміти суть найбільш важливих політичних проблем і приймати відповідальні рішення. Зрозуміло, що комерційні ЗМІ не можуть відігравати інформаційну роль належним чином. Багато їхніх представників заявляють, що мас-медіа повинні давати людям лише те, що вони хочуть, а хочуть вони, у першу чергу, розваг.

Для аналізу тенденцій в інформаційному просторі України у період 2011-2020 рр. доцільно розглянути динаміку розвитку ринку окремих засобів масової інформації.

Відповідно до проаналізованих даних **рис. 3.2.1** та **рис. 3.2.2** доцільно визначити основну тенденцію в інформаційному просторі України у період 2011-2020 рр. як системне скорочення випуску періодичних і продовжуваних видань, в тому числі газет, в Україні за 2011-2020 рр., що супроводжується.



Рис. 3.2.1 Випуск періодичних і продовжуваних видань (крім газет) в Україні за 2011-2020 рр. [за: 77]

Загальнонаціональне ефірне телевізійне мовлення здійснюють 25 телерадіоорганізацій з 28 телеканалами [10]: АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України»; ДП «Парламентський телеканал «РАДА»; Підприємство з іноземними інвестиціями у формі ТОВ «ТРК «НБМ»; ПрАТ «Телеканал «Інтер»; ПрАТ «ТК «ТЕТ»; ТОВ «Голдберрі»; ТОВ «МК ТРК «ICTV»; ТОВ «Музичне телебачення»; ТОВ «Новий канал»; ТОВ «НОВИНА ГРУПА УКРАЇНА»; ТОВ «РЕАЛ ІСТЕЙТ-ТВ»; ТОВ «Телеканал «К2»; ТОВ «Телеканал «МЕГА»; ТОВ «Телеканал «ПРЯМИЙ»; ТОВ «ТЕЛЕКАНАЛ СТБ»; ТОВ «Телеодин»; ТОВ «Телестудія «Служба інформації»; ТОВ «ТОТВЕЛЬД»; ТОВ «ТРК «Кіно ТВ»; ТОВ «ТРК «Музика ТВ»; ТОВ «ТРК «Нові комунікації», м. Львів; ТОВ «ТРК «Україна» (3 телеканали); ТОВ «ТРО «Мульті Медіа Сервіс»; ТОВ «УНІАН ТБ»; ТОВ ТРК «Студія «1+1», а регіональне - 51 телерадіоорганізація з 74 телеканалами [10].

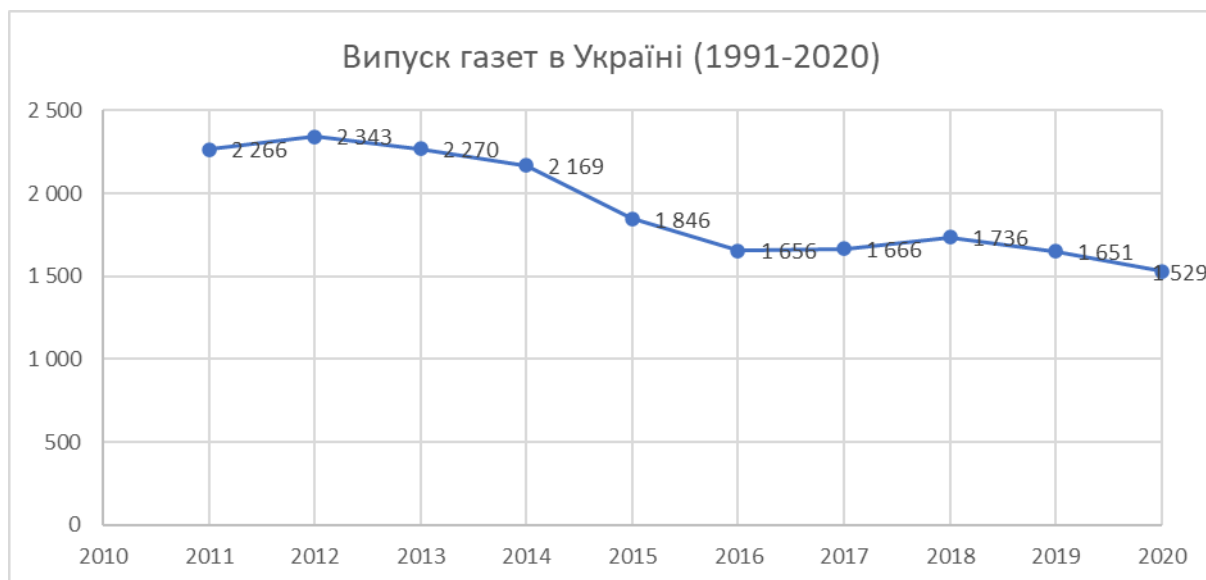


Рис. 3.2.2 Випуск газет в Україні (1991-2020) [за: 77]

Разом з тим, за даними дослідження Центру Разумкова «Як змінились уподобання та інтереси українців до ЗМІ після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020 р.)» телебачення залишається основним джерелом інформації, 70% осіб віком 18-29 років та 64% осіб віком 30-39 років віддають перевагу соціальним мережам [87]. А за результатами Щорічного опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.» *«Телевізійні ЗМІ продовжують втрачати свої позиції, другий рік поспіль аудиторія, в першу чергу, використовує соціальні мережі для отримання інформації. Відсоток тих, хто віддає перевагу іншим звичним засобам інформації, таким як радіо та друковані ЗМІ, також суттєво зменшується»* [86].

Такі дані теж свідчать про тенденцію до зміни уподобань та пріоритетних джерел інформації для мешканців України у напрямку до соціальних медіа та перебування в кіберсередовищі. Так, на думку І. Бінько, *«вітчизняна інформаційна система значно відстає не тільки від високорозвинутих західних держав, а й від таких як Польща, Росія чи Аргентина»* [26, с. 16].

Віртуальна реальність як сукупність комп'ютерних систем, за допомогою яких людина занурюється в уявний світ по той бік екрану. В віртуальному світі користувач оточений штучно створеними образами, які максимально наближені

до реальності, створюють відчуття безпосередньої присутності людини. Користувач, за допомогою різноманітних сенсорів (шолом, рукавички тощо), взаємодіє зі штучним світом, веде «активний спосіб життя» у ньому. При цьому імітуються зорові, слухові, дотикові відчуття користувача. Саме такі перспективи розвитку інформаційного простору в контексті глобальних тенденцій на сьогодні вимальовуються.

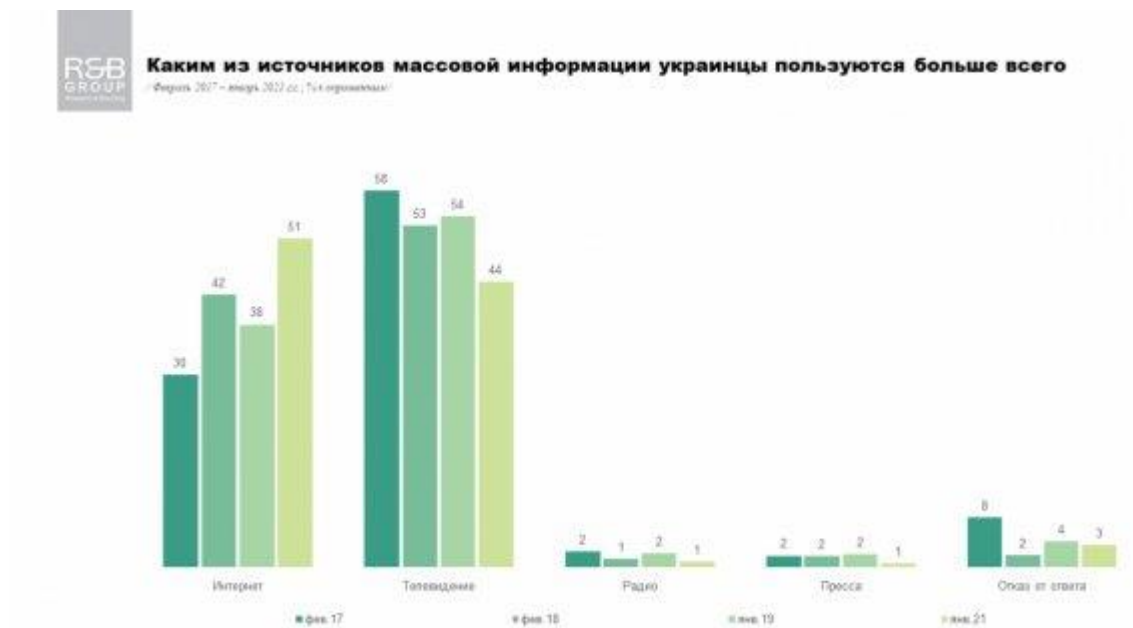


Рис. 3.2.3 Якими джерелами масової інформації українці користуються найбільше (станом на 21.01.2021) [82]

На **рис. 3.2.3** та **рис. 3.2.4** відображено дані опитування Research&Branding Group від 21.01.2021 на запитання «Якими джерелами масової інформації українці користуються найбільше?» та «Якими месенджерами користуються українці?» відповідно. Згідно даних дослідження на початку 2021 року половина українців (51%) як джерелу інформації віддають перевагу Інтернету, тоді як телебаченню – 44%. Радіо та пресу воліють сумарно лише 2% жителів України. Слід зазначити, що вперше в Україні частка тих, хто віддає перевагу Інтернету, як джерелу інформації, перевищила кількість тих, хто віддає перевагу телебаченню.

Наприкінці 2010-х – на початку 2020-х років низка месенджерів об'єднала у собі функції обміну повідомленнями з рисами соціальних мереж, а також інформаційних каналів, які фактично стали паралельним світом та головним джерелом інформації для багатьох жителів планети. Нині вже визнано їх впливом геть формування громадської думки. В Україні на сьогоднішній день лише чверть мешканців країни (25%) не використовують чати/ канали месенджерів як джерело інформації, тоді як решта – використовують. Кожен четвертий українець (26%) визнає, що чати/канали месенджерів мають певний вплив на формування їхньої особистої думки з тих чи інших питань, а для кожного десятого (11%) цей вплив є визначальним. На формування думки 22% жителів України чати / канали месенджерів ніяк не впливають, а ще 16% - не визначилися.

Особливо активно з початку пандемії COVID розвивався такий вид комунікації, як месенджери, причому не тільки як засоби комунікації (як замислювалося спочатку), але і як засобів масової інформації. Найбільш популярним месенджером України є Viber (57% користувачів). У трійку лідерів також входять Facebook Messenger (37%) та Telegram (20%). Майже кожен десятий українець користується WhatsApp (9%) та Skype (8%) [82].

Дані опитування Research&Branding Group від 21.01.2021 свідчать, що майже половина українців (46%) визнають певний вплив соцмереж та месенджерів на соціально-політичні процеси в Україні, а ще 13% вважають його визначальним. Не вважають, що соцмережі та месенджери впливають на соціально-політичні процеси в країні 18% українців, а ще 23% – не визначилися [82].

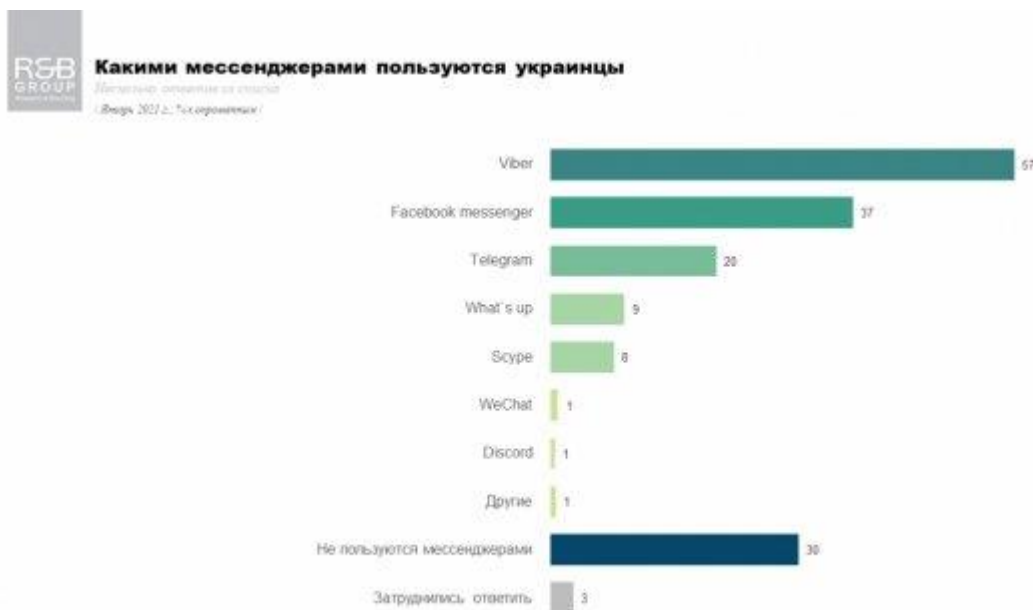


Рис. 3.2.4 Якими месенджерами користуються українці (станом на 21.01.2021) [82]

Згідно з результатами опитування Соціологічної групи «Рейтинг» (рис. 3.2.5 та рис. 3.2.6), основними джерелами отримання інформації про події в Україні для львів'ян є соціальні мережі (63%), новинні інтернет-сайти (57%) та телебачення (46%). З груп і каналів у месенджерах отримують новини 17%, від родичів та знайомих – 16%, з радіо – 13%, з преси – 6%. Інтернет ресурси (соцмережі та сайти) як джерела інформації частіше використовують молодші опитані, телебачення – старші.

Майже 80% опитаних львів'ян щодня користуються Інтернетом. Лише 11% – не використовують його взагалі (переважно найстарше населення). Лідером серед соціальних мереж є Facebook (61%). Відвідують Youtube – 53%, Instagram – 35%, Tik-Tok – 10%. Якщо Youtube та Facebook мають доволі велику аудиторію серед представників старшого покоління (близько 40%), то Instagram та TikТок – серед наймолодших. Серед месенджерів найпоширенішим є Viber (користуються – 67%). Facebook месенджер використовують 58%, Telegram – 39%, WhatsApp – 21%, Skype – 15% [78].

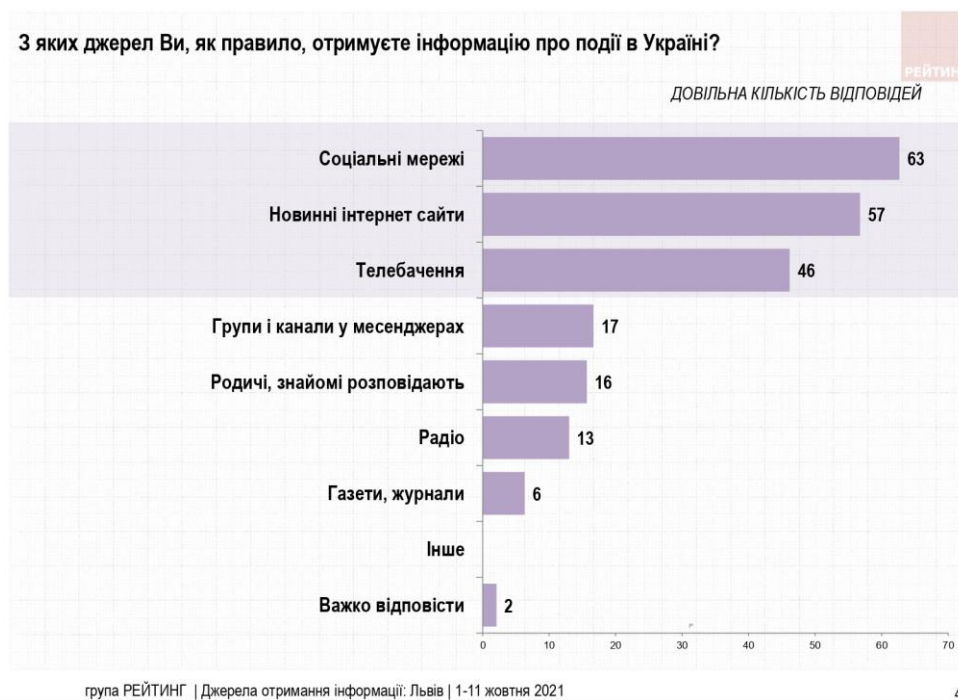


Рис. 3.2.5 З яких джерел Ви, як правило, отримуєте інформацію про події в Україні? (станом на 01-11.10.2021 по м. Львів) [78]

Телеканал «1+1» – лідер серед частоти переглядів серед львів'ян у загальнодержавному сегменті телебачення (41%). Телеканали СТБ, ICTV, «Україна» за останній місяць дивилися близько третини опитаних, «Новий канал» – чверть, «24-й канал», «Інтер», «5-й канал», «Прямий», «Україна-24» – кожен п'ятий-сьомий опитаний. «UA: Перший», «Espresso TV» – по 12%, телеканал «Наш» – 7% [78].

Згідно Щорічного опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.» (рис. 3.2.7) «В 2020 спостерігалась тенденція до зменшення споживання новин із усіх джерел. Телевізійні ЗМІ продовжують втрачати свої позиції, другий рік поспіль аудиторія, в першу чергу, використовує соціальні мережі для отримання інформації. Відсоток тих, хто віддає перевагу іншим звичним засобам інформації, таким як радіо та друковані ЗМІ, також суттєво зменшується. Переважна більшість українців використовують одночасно декілька типів

медіа для отримання новин, проте у 2020 році збільшилась доля тих, хто використовує одне джерело, і найчастіше це – соціальні мережі» [86].

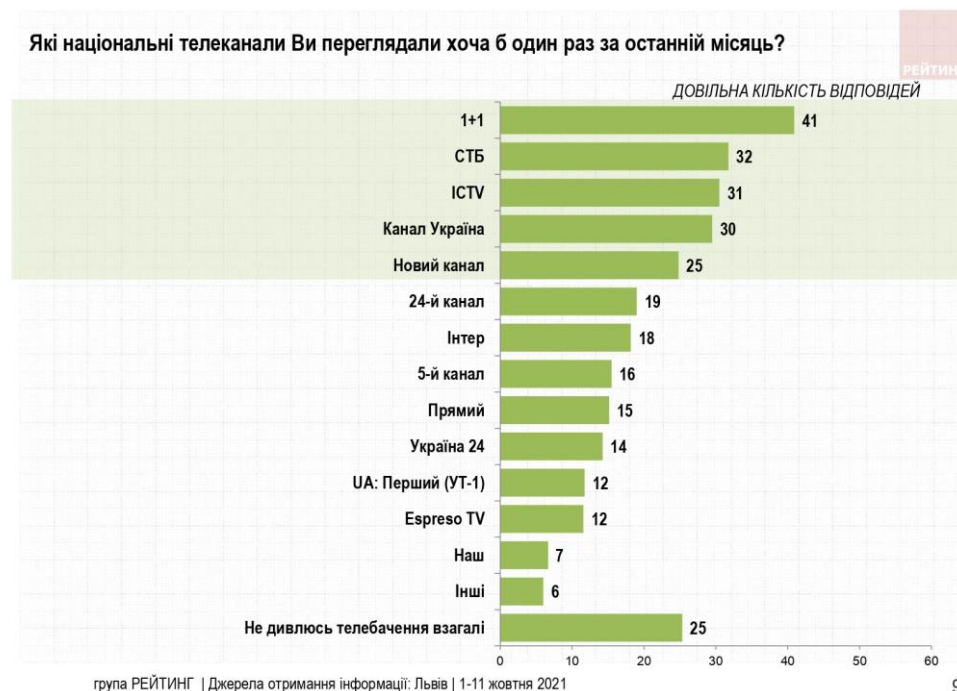


Рис. 3.2.6 Які національні телеканали Ви переглядали хоча б один раз за останній місяць? (станом на 01-11.10.2021 по м. Львів) [78]



Рис. 3.2.7 Використання медіа для отримання новин протягом місяця 2015-2020 та кількість медіа-джерел для отримання новин протягом місяця 2015-2020 [86].

Рейтинг загальнонаціональних медіа (станом на 2020) відображено на рис. 3.2.8.

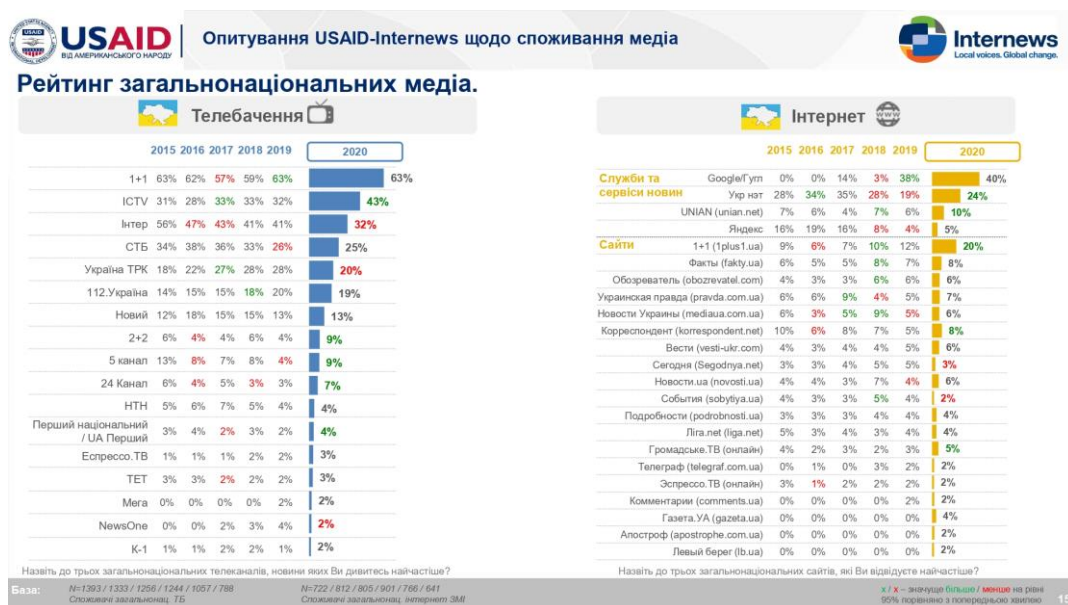


Рис. 3.2.8 Рейтинг загальнонаціональних медіа (станом на 2020) [86].

Відтак, рекомендаціями для подальших наукових розвідок тенденцій в інформаційному просторі України в контексті застосування теорії соціальної дії Ю. Габермаса та для функціонування всієї системи забезпечення інформаційного простору України доцільно визначити:

- Звернути увагу в діяльності Центру стратегічних комунікацій при Міністерстві культури та інформаційної політики України [85] на проблеми формування регіональних інформаційних просторів, особливо в контексті комунікаційної протидії зовнішнім загрозам, пов'язаних з агресією Російської Федерації щодо України.
- Здійснюючи інформаційну політику, органи державної влади мають забезпечувати:
 - сприяння створенню та поширенню інформаційної продукції українського виробника, насамперед україномовної, у глобальних комп'ютерних мережах і системах;

- дотримання принципів Європейської конвенції про права людини, міжнародних документів у сфері міждержавного інформаційного співробітництва, ратифікованих Україною;
 - підтримання ефективної присутності України у світовому інформаційному просторі;
 - розповсюдження вітчизняної культурно-мистецької та друкованої продукції.
- Створення позитивного образу починається з його утвердження всередині самої країни. Будь-яка інформація про Україну, що готується світовими дослідницькими центрами й міжнародними засобами масової комунікації, значною мірою базується саме на повідомленнях української преси та матеріалах, підготовлених незалежними, неурядовими, дослідницькими центрами. Тому актуальною є активна співпраця органів державної влади з незалежними засобами масової інформації (ЗМІ).
 - Вагомим показником впливу на світ є реагування на кризові ситуації чи інші глобальні проблеми, що створює умови для активного міжнародного діалогу, впливу на світову громадську думку, зняття негативної інформації про внутрішньополітичну ситуацію й захисту національних інтересів.
 - Імідж держави, її міжнародний авторитет залежить від внутрішнього стану країни, економічного добробуту, ступеня розвитку демократичних інститутів, зрілості суспільства. Держава має великий потенціал невикористаних можливостей для забезпечення й просування своїх національних інтересів на світовій арені.
 - Варто розробити чітку концепцію та стратегію формування позитивного іміджу України, що базувалися б і на світовому досвіді, і на українських реаліях, і на глибокому науковому підході. Найбільш важливим є впровадження необхідних заходів щодо

здійснення політики інформаційної безпеки й, особливо, захисту інформації. Важливо також враховувати принципи міжнародного співробітництва в інформаційній сфері розвинутих країн, передусім США, Канади, Японії, Німеччини, Франції, Англії. До таких принципів належать: підтримання динамічної конкуренції, надання доступу до відкритих інформаційно-телекомунікаційних систем та забезпечення доступу до універсальних інформаційних продуктів та послуг; визнання необхідності співробітництва з менш розвинутими країнами.

- На сьогодні існуюча в Україні нормативно-правова база у сфері міжнародної інформаційної діяльності, включаючи й міжнародне інформаційне співробітництво, через низку причин є фрагментарною й не створює систематизованого законодавчого поля, існування якого - першочергова умова гарантування національної безпеки в цій галузі. Частина нормативних положень з питань інформації є незавершеними, а іноді навіть суперечать одне одному, що призводить до їх різного трактування й законодавчих колізій з відповідними негативними наслідками та порушеннями.
- Важливою галуззю міжнародного співробітництва є експорт та імпорт товарів та технологій. Відповідно до міжнародних зобов'язань України, пов'язаних з її участю у багатосторонніх режимах нерозповсюдження зброї масового знищення та засобів її доставки, а також звичайних видів озброєнь, передача та накопичення яких, залежно від політичної ситуації у світі, може призвести до надзвичайних ситуацій, такі операції підлягають експортному контролю. Оскільки вони включають і передавання інформації в будь-якій формі, дуже важливо забезпечити її надійний захист і вилучити можливість несанкціонованої передачі такої інформації за межі України.

- Ураховуючи розвиток Інтернету, великого значення набуває контроль за передачами конфіденційної інформації з використанням електронних засобів зв'язку. Країни-учасниці міжнародних режимів експортного контролю, насамперед такі лідери у світі високих технологій, як США, Великобританія, Канада та Японія, низка країн ЄС, мають у своєму законодавстві положення про контроль за так званими нематеріальними передачами технологій, тобто передачею чутливої інформації засобами Інтернету, факсом, телефоном.
- Тим часом, якщо проаналізувати наслідки інформаційних атак, що останнім часом здійснювалися проти української держави, то можна зробити невтішний висновок: Україна, по суті, втрачає контроль над власним інформаційним суверенітетом, а її територія опинилася під впливом інформаційних потоків сусідніх держав, з усіма наслідками, які із цього випливають. Уперше серйозна інформаційна війна проти України, як відомо, була розв'язана під час російсько-українського газового протистояння. Інформаційна атака стала шоком для українського суспільства, а відтак, і для влади. Коли мова йде про національні інтереси, українським політикам та медіа слід об'єднувати свої зусилля. Проте за умов свободи слова, демонополізації ринку ЗМІ й нерозвинутого державного інформаційного сектору владі не просто налагодити ефективні комунікативні зв'язки з мас-медіа, за допомогою яких вона має доносити громадськості в Україні та за її межами потрібну інформацію.
- У провідних країнах західної демократії ситуація дещо інакша. Їхній державний інформаційний набір складає сьогодні близько 40 % і функціонує поруч із суспільними та комерційними ЗМІ.
- Існують деякі проблеми й у сфері правового врегулювання функціонування суб'єктів інформаційної діяльності в домені «ua»

Інтернету. Спостерігається небезпечна тенденція поширення недостовірної, викривленої, а іноді й відверто провокаційної інформації, спрямованої на дискредитацію окремих громадян, політичних партій, державних діячів. Як свідчить міжнародна практика, провідні країни світу на законодавчому рівні унормували такі відносини, що виникають при використанні Інтернету.

- Посиленням вагомості та визначенням нової ролі державних ЗМІ не вичерпується комплекс заходів щодо формування ефективної державної інформаційної політики. Слід радикально змінити характер взаємодії влади і ЗМІ. У всьому світі органи влади виступають чи не найбільшими виробниками інформаційного продукту. Наприклад, у США понад 60 % відомостей про діяльність держави продукується самою державою. У провідних європейських країнах цю роботу забезпечують спеціальні органи влади, які несуть відповідальність за розбудову комунікацій, що поєднують владу й мас-медіа.
- Телебачення і радіомовлення, який згідно з чинним законодавством несе відповідальність за реалізацію державної інформаційної політики.
- Для поширення й утвердження у світі позитивного уявлення про Україну велике значення має організація візитів з інших країн представників парламентських, урядових, ділових кіл, міжнародних організацій, від яких залежать важливі політичні рішення щодо України. Необхідно також застосовувати досвід зарубіжних країн в організації регулярних спеціальних турів за рахунок неурядових організацій і неурядових фондів для ознайомлення з внутрішньополітичною ситуацією та для безпосередніх контактів із представниками української влади й політики.
- Важливу роль відіграє активна співпраця з представниками зарубіжних інформаційних агенцій, акредитованих в Україні, які

мають переважне право публікації матеріалів про країни перебування. Вони є джерелом позитивної чи негативної інформації, що впливає на формування іміджу держави та її політичних рішень у свідомості зарубіжної громадськості. Варто використовувати практику запрошення в Україну провідних зарубіжних політологів, парламентарів, журналістів, насамперед тих, хто прихильно ставиться до країни, що об'єктивно впливатиме на інформаційний образ держави в зарубіжних ЗМІ.

- Залишається необхідність цілеспрямовано й послідовно працювати з українськими журналістами, передусім оглядачами та кореспондентами, які спеціалізуються з питань міжнародної тематики, роз'яснювати конкретну проблематику дво- і багатосторонніх відносин за участю провідних фахівців зовнішньополітичного відомства, спеціалізованих науково-дослідних установ та вищих навчальних закладів міжнародного спрямування.
- З метою максимального використання інформаційного, інтелектуального, культурного, фінансового потенціалу співвітчизників для підтримання національних інтересів на теренах зарубіжних країн слід широко залучати громадськість та діаспору. Цю роботу потрібно провадити систематично й цілеспрямовано.
- Безперечно, стратегії формування позитивного іміджу України через основні елементи інформаційного простору (**рис. 3.2.9**) мають бути включеними до внутрішніх та зовнішніх доктрин держави, перетворитися на важливу складову діяльності урядових установ або спеціальної Ради іміджевої дипломатії, адже від цього залежить ефективність контактів із зарубіжними партнерами. Створення позитивного іміджу країни повинно стати предметом особливої уваги уряду та парламенту.



Рис. 3.2.9 Основні елементи інформаційного простору за В. Білоусом [25].

При цьому джерелами загроз інформаційній безпеці, тобто причинами негативних інформаційних впливів, можуть бути не тільки порушення природної рівноваги (балансу) зазначених інтересів, а й навмисні чи несвідомі пошкодження в інформаційно-комунікаційній інфраструктурі (через антропогенні, техногенні чи природні чинники), які призводять до викривлення або спотворення інформації щодо цих інтересів.

Отже, результати аналізу тенденцій в інформаційному просторі України у період 2011-2020 рр. показали, що основні процеси в ньому відбуваються хвилеподібно та залежать від ряду факторів, зокрема, часу та специфіки подій, контексту та залучених окремих аудиторій.

Висновки до 3 розділу

1. Нормативна модель, запропонована Ю. Габермасом на сьогодні є найпрогресивнішою спробою зрозуміти, як відбувається перетворення соціальної практики «знизу», які інтенції цього передують. Комплексне бачення цих процесів є актуальним і затребуваним через такі «хвороби» сучасного суспільства як тероризм, бідність, зіткнення культур у ході міграційних процесів, обмеження прав та маргіналізація окремих соціальних груп та національних меншин. І навіть більшою мірою для так званих «транзитних» суспільств, які стикаються з перерахованими викликами сучасності за відсутності демократичних механізмів саморегуляції.

2. Теорія комунікативної дії є результатом пошуку тих основ, які здатні забезпечити порозуміння та інтеграцію соціальних суб'єктів. Концепція ж публічної сфери, будучи закономірним результатом цього пошуку, втілює в собі ідеально-типову модель взаємодії, в ході якої встановлюється «мораль рівної поваги» і можливі проблематизація та зміна тих структур соціального світу, які дають збій.

ВИСНОВКИ

Отже, під час проведення дослідження було реалізовано мету та дослідницькі завдання роботи, що дозволяє зробити такі висновки:

1. Здійснено аналіз поняття «інформаційний простір», який є метасистемою, що включає в себе сукупність елементів, зокрема, ареал повідомлень, які розповсюджують ЗМК на певній території і можуть бути адекватно сприйняті реципієнтом. Сучасний стан інформаційного простору є породженням шостої інформаційної революції – інформаційного суспільства.

2. Охарактеризовано інформаційний простір та його структурні елементи. Інформаційний простір України складається з таких елементів як національні інформаційні ресурси України та інформаційна інфраструктура, до складу якої входять такі елементи як організаційні структури, інформаційні технології, інформаційно-телекомунікаційні структури, система засобів масової інформації.

В Україні його формують та скеровують органи законодавчої, виконавчої та судової влади, а також активне громадянське суспільство. Інформаційну політику нашої держави регулюють більше десятка законодавчі актів, зокрема: Конституція України, Закони України «Про інформацію (зі змінами та доповненнями)», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань забезпечення безперешкодної реалізації права людини на свободу слова», «Про телекомунікації», «Про Національну програму інформатизації», «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки», «Про доступ до публічної інформації» та «Про звернення громадян», а також інші нормативно-правові акти.

3. Проаналізовано основні положення теорії соціальної дії Ю. Габермаса. За ним комунікативна раціональність є процесами, за допомогою яких різні претензії на дійсність доводяться до задовільного вирішення, та як відношення до світу, яке люди сприймають, щоб передати дійсність, претендує на висловлювання, які вони вважають важливими. Комунікативна дія – це процес,

за допомогою якого люди формують свою ідентичність, а теорія соціальної/ комунікативної дії служить для передачі та оновлення культурного знання в процесі досягнення взаєморозуміння. В життєвих світах, на які впливають ЗМІ, відбуваються чотири процеси: соціальні ролі стають досить диференційовані; за відчужену працю передбачено відповідну винагороду за дозвілля та гроші; традиційні форми життя демонтуються; надії та мрії поєднуються державною каналізацією добробуту та культури.

4. Висвітлено теорію соціальної дії Ю. Габермаса у контексті аналізу інформаційного простору. Його нормативна модель на сьогодні є найпрогресивнішою спробою зрозуміти, як відбувається перетворення соціальної практики «знизу», які інтенції цього передують. Комплексне бачення цих процесів є актуальним і затребуваним через такі «хвороби» сучасного суспільства як тероризм, бідність, зіткнення культур у ході міграційних процесів, обмеження прав та маргіналізація окремих соціальних груп та національних меншин. І навіть більшою мірою для так званих «транзитних» суспільств, які стикаються з перерахованими викликами сучасності за відсутності демократичних механізмів саморегуляції.

5. Проаналізовано інформаційний простір України у період 2011-2020 рр. в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса. Якісні і кількісні характеристики інформаційних процесів у інформаційному просторі вимірюються за двома складовими: інформаційно-психологічною та інформаційно-комунікаційною. Теорія комунікативної дії є результатом пошуку тих основ, які здатні забезпечити порозуміння та інтеграцію соціальних суб'єктів. Концепція ж публічної сфери, будучи закономірним результатом цього пошуку, втілює в собі ідеально-типову модель взаємодії, в ході якої встановлюється «мораль рівної поваги» і можливі проблематизація та зміна тих структур соціального світу, які дають збій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України [Текст]: закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР / Верховна Рада України// Відомості Верховної Ради. – К., 1996. – № 30. – Ст. 141.
2. Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства [Електронний ресурс] : Хартія, Міжнародний документ від 22.07.2000 року № 998_163 / Верховна Рада України : Офіційний веб-сайт. - Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_163#Text . – Дата доступу: 28.10.2021. – Заголовок з екрану.
3. Питання забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації [Текст]: указ Президента України від 05.05.2011 р. № 547 / Президент України// Офіційний Вісник України. – К., 2011. – № 35. – Ст. 1433.
4. Питання системи обліку публічної інформації [Текст]: постанова Кабінету Міністрів України від 21.11.2011 р. № 1277/ Кабінет Міністрів України// Офіційний Вісник України. – К., 2011. – № 97. – Ст. 3537.
5. Порядок функціонування веб-сайтів органів виконавчої влади [Текст]: спільний наказ Державного комітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України, Державного комітету зв'язку та інформатизації України від 25.11.2002 р. № 327/225 / Державний комітет інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України, Державний комітет зв'язку та інформатизації України// Офіційний Вісник України. – К., 2003. – № 2. – Ст. 49.

6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань забезпечення безперешкодної реалізації права людини на свободу слова [Текст]: закон України від 3 квітня 2003 р. № 676-IV / Верховна Рада України// Відомості Верховної Ради. – К., 2003. – № 28. – Ст. 214.
7. Про додаткові заходи щодо забезпечення відкритості у діяльності органів державної влади [Текст]: указ Президента України від 1 серпня 2002 р. № 683/2002/ Президент України// Офіційний вісник України. – К., 2002. – № 31. – Ст. 1463.
8. Про доступ до публічної інформації [Текст]: Закон України від 13.01.2011 р. №2939-VI// Відомості Верховної Ради. – К., 2011. – № 32. – Ст. 314.
9. Про електронні документи та електронний документообіг [Текст] : закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради. – К., 1997. – № 24. – Ст. 170.
- 10.Про затвердження Плану розвитку національного телерадіоінформаційного простору [Текст] : рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення від 1 грудня 2010 р. № 1684// Офіційний Вісник України. – К., 2010. – № 100. – С.105. – Ст.3580.
- 11.Про затвердження Порядку формування та виконання регіональної програми і проекту інформатизації [Текст] : постанова Кабінету Міністрів України від 12.04.2000 р. № 644 / Кабінет Міністрів України // Офіційний Вісник України. – К., 2000. – № 16. – Ст. 669.
- 12.Про звернення громадян [Текст]: закон України від 2 жовтня 1996 р. № 393/96-ВР / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради. – К., 1996. – № 47. – Ст. 257.
- 13.Про інформацію (зі змінами та доповненнями) [Текст] : закон України від 02.10.1992 р. № 2658-XII / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради. – К., 1992. – № 48. – Ст. 650.

14. Про місцеве самоврядування в Україні [Текст] : закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-ВР / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради. – К., 1997. – № 24. – Ст. 170.
15. Про Національну програму інформатизації [Текст] : закон України від 04.02.1998 р. № 74/98-ВР / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради. – К., 1998. – № 27-28. – Ст. 181.
16. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки [Текст] : закон України від 09.01.2007 р. № 537-V / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради України. – К., 2007. – № 12. – Ст. 102.
17. Про першочергові заходи щодо забезпечення доступу до публічної інформації в допоміжних органах, створених Президентом України [Текст] : указ Президента України від 20.05.2011 р. № 548 / Президент України // Офіційний Вісник України. – К., 2011. – № 35. – Ст. 1434.
18. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації [Текст] : закон України від 23 вересня 1997 р. № 539/97-ВР (із змінами) / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради.. – К., 1997. – № 49. – Ст. 299.
19. Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади [Текст] : постанова Кабінету Міністрів України від 4 січня 2002 року № 3 / Кабінет Міністрів України // Офіційний Вісник України. – К., 2002. – № 23. – С.52.
20. Про телекомунікації [Текст]: закон України від 18.11.2003 р. № 1280-IV // Відомості Верховної Ради. – 2004. – № 12. – Ст. 155.
21. Арістова, І.В. Державна інформаційна політика : організаційно-правові аспекти [Текст] : монографія/ І.В. Арістова; за заг. ред д-ра

- юрид. наук, проф. О.М. Бандурки. – Х. : Вид-во Ун-ту внутр. справ, 2000. – 368 с.
- 22.Бакуменко, В.Д. Теоретичні засади державного управління [Текст] : навч. посіб./ [В.Д. Бакуменко, Л.М. Усаченко, О.В. Червякова] ; за заг. ред. Л.М. Усаченко. – К. : ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 2013. – 174 с.
- 23.Бебик, В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз [Текст] монографія /В.М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
- 24.Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования [Текст] / Д. Белл. – М. : Академия, 2009. – 240 с.
- 25.Білоус, В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності [Текст] : навчальний посібник/ В.С. Білоус. – К.: КНЕУ, 2005. – 275 с.
- 26.Бінько, І.Ф. Інформаційний простір України : стан та перспективи розвитку [текст] / І.Ф. Бінько // Бібліотечний вісник. – К. : Вид-во Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського, 2001. – № 2. – С. 16.
- 27.Босерап, Л. Вступ до відкритості та доступу до інформації [Текст] / Л. Босерап, Дж. Крістенсен, Л. Педерсен ; Датський ін-т прав людини. – К. : Координатор проектів ОБСЄ в Україні, 2007. – 98 с.
- 28.Васюхин, О.В Информационный менеджмент [Текст]: краткий курс. учебное пособие/ О.В. Васюхин, А.В. Варзунов. – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2010. – 118 с.
- 29.Войтович, Р.В. Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретико-методологічний аналіз) [Текст]: монографія/ Р.В. Войтович; за заг. ред. д-ра філос. наук, проф. В.М.Князева. – К.: Вид-во НАДУ, 2007. – 680 с.

- 30.Габермас, Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості [Текст]/ Ю. Габермас: дослідження категорії громадянське суспільство / Ю. Габермас. – Львів: Літопис, 2000. – 317 с.
- 31.Габермас, Ю. Що таке «деліберативна політика»? [Текст]/ Ю. Габермас// Залучення іншого: студії з політичної теорії/ Ю. Габермас; пер. з нім. А. Дахній. – Львів: Астролябія, 2006. – С. 337-372.
- 32.Гайда, А.В. Коммуникация и эмансипация: критика методологических основ социальной концепции Ю. Хабермаса [Текст]/ А.В. Гайда, С.Е. Вершинин, В.Л. Шульц. – Свердловск: Изд-во Уралского ун-та, 1988. – 155 с.
- 33.Гапотій, В.Д. Інформаційне суспільство та інформаційний суверенитет [Текст]: теоретико-правовий аспект/ В.Д. Гапотій, А.А. Письменницький // Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. – 2012/1. – № 2. – С. 24-33.
- 34.Гарбадин, А. Теорія комунікативної дії Юргена Ю. Габермаса. Теоретична спорідненість з ідеями демократії [Текст]/ А. Гарбарин// Політична наука в Україні: стан і перспективи: матеріали всеукраїнської наукової конференції (Львів, 10-11 травня 2007 року) / Укладачі Поліщук М., Скочиляс Л., Угрин Л. – Львів, Центр політичних досліджень, 2008. – 308 с. – С. 78-84.
- 35.Горбулін, В.П. Проблеми захисту інформаційного простору України [Текст]: монографія/ В.П. Горбулін, М.М. Биченок ; Ін-т пробл. нац. безпеки. – К. : Інтертехнологія, 2009. – 136 с.
- 36.Гордієнко, І.В. Інформаційні системи в менеджменті [Текст]: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни / І.В. Гордієнко; Київ. нац. екон. ун-т. – К.: КНЕУ, 1999. – 127 с.
- 37.Григор, О.О. Формування інформаційного суспільства в Україні в контексті інтеграції в Європейський Союз (державно-управлінський

- аспект) [Текст] : автореф. дис. к.держ.упр. 25.00.01/ О.О. Григор. – Львів : Вид-во ЛРІДУ НАДУ, 2003. – 20 с.
- 38.Гужва, В.М. Інформаційні системи в міжнародному бізнесі [Текст]: навч. посіб. / В.М. Гужва, А.Г. Посєвой. – К.: КНЕУ, 2002. – 458 с.
- 39.Дахній, А. Юрген Ю. Габермас: становлення соціального філософа [Текст]/ А. Дахній// Залучення іншого : студії з політичної теорії/ Ю. Габермас; пер. з нім. А. Дахній. – Львів : Астролябія, 2006. – С. 372-405.
- 40.Дзьобань, О.П. Філософія інформаційних комунікацій [Текст] : монографія / О.П. Дзьобань. – Х. : Майдан, – 2012. – 223 с.
- 41.Дмитренко, К.С. Юрген Ю. Габермас: від рефлексії до комунікації [Текст] / К.С. Дмитренко// Магістеріум. Історико-філософські студії/ упоряд.: М.Л. Ткачук, Л.А. Пастушенко. – 2012. – Вип. 47. – С. 38-45.
- 42.Єрмоленко, А.М. Комунікативна практична філософія [Текст]/ А.М. Єрмоленко. – К.: Лібра, 1999. – 488 с.
- 43.Знахур, С.В. Інформаційний менеджмент та маркетинг [Текст]: конспект лекцій/ С.В. Знахур. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 132 с.
- 44.Иванов, Д.В. Виртуализация общества [Текст] / Д.В. Иванов. СПб. : Изд-во «Петербургское Востоковедение», 2000. – 96 с.
- 45.Ібрагімова, І.М. Інформаційна підтримка державного управління в Україні: основні засади та перспективи [Текст] / І.М. Ібрагімова // Державне управління в Україні : наукові, правові, кадрові та організаційні засади навч. посіб. / За заг. ред. : Н. Нижник, В. Олуйка. – Львів : Світоч, 2002. – С. 306-319.
- 46.Інформаційна політика України : європейський контекст [текст] / [Л.В. Губерський, Є.Є. Камінський, Є.А. Макаренко та ін]; рец. : д-р політ. наук, проф., С.М. Квіт; гол. ред. С.В. Головка; ред. : О.Н. Вітрученко, Т.В. Янголь; худож. О.Г. Григора. – К. : Либідь, 2007. – 360 с.

- 47.Каптерев, А.И. Мультимедиа как социокультурный феномен [Текст]: учеб. пособ. / А.И. Каптерев. – М. : Профиздат, 2002. – 224 с.
- 48.Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / М. Кастельс. – М. : МГЭУ, 2000. – 260 с.
- 49.Курас, І. Інформаційні ресурси України : стратегія розвитку [Текст] / І. Курас // Бібліотечний вісник. – К. : Вид-во Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського, 2001. – № 2. – С. 2-6.
- 50.Любимий, Я.В. Глобальне інформаційне суспільство: синергетичні та віртуалістичні концепції розвитку [Текст] / Я.В. Любимий, В.В. Лях, В.С. Пазенок// Інформаційне суспільство у соціально-філософській ретроспективі та перспективі. – К.: ТОВ «XXI століття: діалог культур», 2009. – С. 281-357.
- 51.Маклюэн, М. Понимание медиа: Внешние расширения человека [Текст] / М. Маклюэн. – М. : «Кучково поле», 2007. – 347 с.
- 52.Мамчак, С. Критична соціальна теорія Ю. Габермаса: типологічна реконструкція [Текст] / С. Мамчак// Вісник Львівського університету. Серія філософські науки. – 2012. – Вип. 15. – С. 129-136.
- 53.Матюшина, І.І. Дві теорії комунікативної дії: Ю. Габермас і М. Попович [Текст] / І.І. Матюшина// Актуальні проблеми філософії та соціології: Науково-практичний журнал/ Голов. ред. Д.В. Яковлев; відпов. секретар І.В. Шамша. – Одеса: Національний університет «Одеська юридична академія», 2017. – Вип. 20. – С. 67-70.
- 54.Мельник, А.Ф. Управління розвитком муніципальних утворень : теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / А.Ф. Мельник, Г.Л. Монастирський. – Тернопіль : Екон. думка, 2007. – 476 с.
- 55.Мельниченко, В.І. Законодавче регулювання прозорості і відкритості публічного управління: необхідність, стан, проблеми, перспективи [Текст] / В.І. Мельниченко // Український соціум. –

- К. : Національний університет внутрішніх справ, 2007. – № 5-6 (22-23). – С. 48-55.
56. Мельниченко, В.І. Прозорість і відкритість публічного управління як об'єкт законодавчого регулювання / Державне управління: теорія і практика [Електронне наукове фахове видання] – К.: Нац. академія. держ. управл. при Президентові України, 2007. – № 1. – С. 48-55. – Режим доступу: <http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/dutp/2007-1/txts/07mviozr.htm>. – Заголовок з екрану.
57. Новак, М. Інформаційний простір України: аналіз тенденцій в контексті теорії соціальної дії Ю. Габермаса [Текст] / М. Новак // Дні науки: Програма XXVI наукової викладацько-студентської конференції (Острого, 11-14 травня 2021 р.). – Острого, 2021. – С. 67.
58. Новак, М. Тенденції в інформаційному просторі України [Текст] / М. Новак // Матеріали XLIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії» // Збірник наукових праць. – Переяслав, 2021 р. – (у друці).
59. Потятинник, Б.В. Медіа: ключі до розуміння [Текст] / Б.В. Потятинник. – Львів : «Паіс», 2004. – 312 с.
60. Стариш, А.Г. Філософія інформації [Текст] : монографія / А.Г. Стариш. – Симферополь : Таврія, 2004. – 376 с.
61. Стариш, О.Г. Системологія [Текст] : підручник. / О.Г. Стариш. – К. : Вид-во ЦНЛ, 2005. – 232 с.
62. Стариш, О.Г. Теорія відкритих систем як парадигма процесів глобального розвитку [Текст] : монографія / О.Г. Стариш. – Симферополь: Універсум, 2003. – 240 с. : іл.
63. Степанов, В.Ю. Сучасний інформаційний простір: особливості та тенденції розвитку [Текст] : монографія / В.Ю. Степанов. – Х. : [С.А.М.], 2010. – 278 с.

64. Тоффлер, Э. Третья волна [Текст] / Э. Тоффлер. – М. : ООО «Фирма «Издательство АСТ», 1999. – 776 с.
65. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества [Текст] / Ф. Уэбстер. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
66. Философские и культурологические проблемы информационных технологий и киберпространства [Текст] : Материалы Всероссийской междисциплинарной научно-практической конференции. – Пятигорск: ПГЛУ, 2010. – 245 с.
67. Флиивберг, Б. Хабермас и Фуко – теоретики гражданского общества [Текст] / Б. Флиивберг// Социологические исследования, – 2000. – №2. – С. 127-136.
68. Хабермас, Ю. Теория коммуникативного действия [Текст]/ Ю. Хабермас// Личность. Культура. Общество. – 2002. – Т. IV. – Вып. 3-4 (13-14). – С. 303-320.
69. Хабермас, Ю. Вовлечение другого: Очерки политической теории [Текст] / Ю. Хабермас. – СПб.: Наука, 2001. – 417 с.
70. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие [Текст] / Ю. Хабермас. – СПб.: Наука, 2000. – 379 с.
71. Хабермас, Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості [Текст] / Ю. Хабермас. – Львів : Літопис, 2000. – 342 с.
72. Хмара, М.В. Філософсько-правові аспекти комунікативної теорії Ю. Габермаса в контексті актуальних проблем розвитку українського громадянського суспільства [Текст] / М.В. Хмара// Право і громадянське суспільство: науковий журнал. – 2014. – №1. – С. 40-49.
73. Храпач, А. Транспарентність влади: проблеми і перспективи формування в сучасних умовах [Текст] / А. Храпач // Поліська аналітика : Щоквартальний інформаційно-аналітичний журнал. – 2010. – № 3. – С. 44-48.

74. Чічановський, А.А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : [підручник] / А.А. Чічановський, О.Г. Старіш ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка, Ін-т журналістики. – К. : Грамота, 2010. – 567 с.
75. Шемшученко, Ю.С. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні [Текст] / Ю.С. Шемшученко, І.С. Чиж. – К.: Юрид. думка, 2006. – 384 с.
76. Jürgen Habermas [Електронний ресурс] / Stanford Encyclopedia of Philosophy. - 04. 08. 2014. - Режим доступу : <https://plato.stanford.edu/entries/habermas/>. – Дата доступу : 15.10.2021. – Заголовок з екрану.
77. Випуск газет в Україні (1991-2020) [Електронний ресурс] / Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова». - Режим доступу : <http://www.ukrbook.net/statistika/periodyka2020.pdf>. – Дата доступу : 30.11.2021. – Заголовок з екрану.
78. Джерела отримання інформації: Львів [Електронний ресурс] / Соціологічної групи «Рейтинг». – 27.10.2021. - Режим доступу : https://ratinggroup.ua/research/regions/istochniki_polucheniya_informacii_lvov.html. – Дата доступу : 30.11.2021. – Заголовок з екрану.
79. Дрешпак, В.М. Інформаційний, комунікативний, семіотичний простори державного управління: спільне, відмінне та особливе [Електронний ресурс] / В.М. Дрешпак. // Публічне адміністрування: теорія та практика. – 2012. – Вип. 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2012_2_4. – Дата доступу : 25.11.2021. – Заголовок з екрану.

- 80.Дубняк, К.А. Інформаційний простір: структура та функціональні параметри [Електронний ресурс] / К.А. Дубняк// Серія: Соціальні комунікації. – 2015. – № 4(24). –С. 21-25. - Р е ж и м д о с т у п у : http://umo.edu.ua/images/content/aspirantura/zabezp_discipl/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86.%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%D1%80.pdf. – Дата доступу : 25.10.2021. – Заголовок з екрану.
- 81.Смолян, Г.Л. О формировании информационного общества в России [Електронний ресурс] / Г.Л. Смолян, Д.С. Черешкин// Информационное общество. - 1998. - Вып. 6. - С. 8-13. - Р е ж и м д о с т у п у : <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/6dc6986113f8d887c32569660043cded>. – Дата доступу : 20.11.2021. – Заголовок з екрану.
- 82.Социальные сети и мессенджеры в Украине [Електронний ресурс] / Research&Branding Group. - 22.01.2021. - Р е ж и м д о с т у п у : <https://rb.com.ua/blog/socialnye-seti-i-messendzhery-v-ukraine/>. – Дата доступу : 20.10.2021. – Заголовок з екрану.
- 83.Теория Хабермаса сталкивается с серьезными испытаниями [Електронний ресурс] / Deutsche Welle. – 10.11.2004. – Режим доступу : <https://p.dw.com/p/5Cep>. – Дата доступу : 27.10.2021. – Заголовок з екрану.
- 84.Ханін, І,Г. Інформаційно-технологічні передумови формування постіндустріального суспільства як концепції нової глобальної цивілізації [Електронний ресурс] / І.Г. Ханін// Ефективна економіка. - 2012. - № 9. - Р е ж и м д о с т у п у :

- <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1765>. – Дата доступу : 20.10.2021. – Заголовок з екрану.
85. Центр стратегічних комунікацій [Електронний ресурс]: офіційний сайт. - Р е ж и м д о с т у п у : [https://spravdi.gov.ua/..](https://spravdi.gov.ua/) – Дата доступу: 30.11.2021. – Заголовок з екрану.
86. Щорічне опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.» [Електронний ресурс] / Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа; Internews. - 16. 10. 2020. - Р е ж и м д о с т у п у : <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2020/10/2020-Media-Consumption-Survey-FULL-FIN-Ukr-1.pdf>. – Дата доступу : 22.10.2021. – Заголовок з екрану.
87. Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020 р.) [Електронний ресурс] / Центр Разумкова. - 30. 09. 2020. - Р е ж и м д о с т у п у : <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r>. – Дата доступу : 28.10.2021. – Заголовок з екрану.