

DIGITAL AND MEDIA DIMENSIONS OF POLITICAL DISCOURSE

Олена Порпуліт, к. філол. н., докторант

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ СТАТУС МЕДІАПРОСТОРУ: ГЛОБАЛЬНІСТЬ, ЛОКАЛЬНІСТЬ, ГЛОКАЛЬНІСТЬ, НОРМАТИВНО-ПРАВОВА РЕГЛАМЕНТАЦІЯ

Olena Porpulis, PhD in Philology, ScD candidate

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

TERRITORIAL STATUS OF MEDIA SPACE: GLOBALISM, LOCALITY, GLOCALIZATION, REGULATORY LAW REGIMENTATION

In the following article, there is an emphasis on the formation of a single, global media space which poses the issue of creating and guaranteeing the balance between baldness, the openness of globalized media space and saving the national interests, defending the national priorities, following national pathways within the borders of Ukrainian media space. Main features of media space territorial dimensions are determined: globalism, locality, glocalization. The imperfection of regulatory law regimentation of Ukrainian media space is highlighted because it significantly slows down establishment, development, and progress of national media space.

Keywords: media space, globalism, locality, glocalization.

Постановка проблеми. Сучасний світ, інформаційно-комунікаційними трендами якого виступають інформаційна насиченість, інформаційна перевантаженість, статусна тотожність інформації і комунікації, стрімкий розвиток електронних технологій, «що спресували час і ліквідували супротив простору»¹, – дають змогу констатувати: факт формування єдиного, глобального медіапростору видається незмінним, невідворотним, фатальним і висуває на порядок денний створення і гарантування балансу між оголеністю, доступністю, відкритістю глобалізованого медіапростору та забезпечуванням національних інтересів, відстоюванням національних пріоритетів, дотриманням національних орієнтацій в його межах тощо.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Категорія медіапростору є предметом уваги низки дослідників: П. Адамс, В. Бебик, М. Бойкофф, О. Вартанова, Н. Голованова, С. Грицай, І. Дзялошинський, В. Ільганаєва, Н. Коулдрі, Д. Людеке, А. Лефевр, А. Маккарті, С. Маккуайр, В. Маскай, Є. Нім, П. Тцацу, Й. Фалькхеймер, А. Янссон тощо. Проте попри вагому репрезентативність наукових доробків у галузі медіапростору, актуальною проблемою є з'ясування територіального статусу медіапростору, і, відповідно, питання неупорядкованості, безсистемності, фрагментованості вітчизняної законодавчої політики в інформаційній сфері, зокрема у площині медіапростору, що, не в останню чергу обумовлено, з одного боку, побутуванням як синонімічних словосполучень і термінів «медіапростір», «інформаційний простір», «інформаційне середовище», «медіасфера», з іншого, відсутністю однозначного, чіткого смислового наповнення терміна «український медіапростір».

Мета статті – виокремити провідні риси територіального виміру медіапростору, з'ясувати підґрунтя впровадження й підтримання рівноваги між глобалізованим і національним медіапросторами, окреслити перспективи українського медіапростору.

¹ Бауман, З. (2005). *Индивидуализированное общество*. Москва: «Логос», 274.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ми акцентуємо увагу на важливості й доцільності рецепції поняття «український медіапростір» у рамках соціальнокомунікаційного підходу, постульованого В. Різуном як «аналіз явищ у контексті суспільної взаємодії соціальних інститутів, засобів, соціальних ролей»¹. За визначенням О. Юдіної, медіапростір може бути позиційований як «особлива реальність, яка є частиною соціального простору і здатна до організації соціальних практик і уявлень агентів, включених у систему виробництва і споживання масової інформації»². Окреслюючи прийоми боротьби та правила захисту національного медіапростору в умовах глобалізації, І. Малик медіапростір розглядає «як один з основних компонентів засобів масової комунікації (ЗМК), ... як інструмент чи засіб впливу та складова інформаційної сфери суспільства»³, у демократичному суспільстві, інформаційна сфера передбачає «функціонування в його межах медіапростору як комунікатора-посередника між джерелом інформації та особою (громадянином), котрий бажає цю інформацію отримати»⁴. На безпосередньому зв'язку медіапростору й соціуму акцентує Д. Глухарьов: «медіапростір слід розуміти не як сукупність засобів мас-медіа, а як незалежну реальність, утворену шляхом взаємодії засобів масової інформації й суспільства чи окремих індивідів загалом»⁵. С. Грицай поняття «медіапростір» пропонує виокремлювати в просторову категорію, «у рамках якого і тільки в ньому відбуваються всі процеси обміну інформацією та спілкування на різних рівнях і за допомогою різних комунікаційних засобів»⁶. Здобувши на сьогодні статус відносно «суверенної», самодостатньої системи, медіапростір може бути потрактований як об'єктивно наявна, самостійно продукована й модернізована динамічна конфігурація, в якій функції людини зводяться до ролі «... творця ресурсів, необхідних їй для саморозвитку, або ...споживача ресурсів»⁷. Згідно з В. Мальковою та В. Тишковым, збільшення й ускладнення засобів комунікації спричинює відповідне ускладнення й збільшення частки медіапростору в просторі соціальному⁸. В інтерпретації науковців медіапростір сучасного інформаційного суспільства є реальністю особливого гатунку, здатної до самопродукування, самовідтворення і самотрансляції, є своєрідною парцелою співфункціонування і співпрацюю засобів масової інформації / нових медій і суспільства / соціальних інститутів / окремого індивіда. Мережевий принцип, що полягає в основі існування медіапростору, дає змогу виокремити вертикальні й горизонтальні кореляції в межах досліджуваного об'єкта. Так, вертикальні, ієрархічні зв'язки можуть бути репрезентовані системою генерування, поширення, керування, зберігання й ретрансляції інформації і комунікації, горизонтальні – комунікаційною взаємодією між акторами медіапростору (конфігурація інформаційно-комунікаційних зв'язків, на сьогодні, є невичерпною, багатоваріативною, наприклад, індивід – індивід, індивід – соціум, індивід – соціальні інститути, соціальні інститути – індивід – соціальні інститути, соціальні інститути – індивід – соціальна спільнота, мас-медіа – індивід, мас-медіа – соціальні спільноти – соціальні інститути, соціум – мас-медіа, мас-медіа – соціальні інститути, соціальні спільноти – соціальні спільноти, соціальні спільноти – соціальні інститути та ін.). Територіальний вимір медіапростору дає можливість,

¹ Різун, В.В. (2012). Соціальнокомунікаційний підхід у науці та галузі соціальної інженерії. Електронна бібліотека Інституту журналістики. *Journlib. Univ. Kiev. Ua* <http://journlib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid.pdf>, 12. (2018, липень, 30).

² Юдина, Е.Н. (2008). Медиапространство как новая социологическая категория. *Преподаватель XXI век*. 2008, 2, 151.

³ Малик, І. (2009). Національний медіапростір в умовах глобалізації: прийоми боротьби та правила захисту. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*, 21, 122.

⁴ Малик, І. (2009). Національний медіапростір в умовах глобалізації: прийоми боротьби та правила захисту. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*, 21, 124.

⁵ Глухарев, Д.С. (2011). Медиапространство как элемент информационной безопасности. *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки*, 16, 9 (226), *Cyberleninka.Ru* <<https://cyberleninka.ru/article/v/media-prostranstvo-kak-element-informatsionnoy-bezopasnosti>>. (2018, July 30).

⁶ Грицай, С.В. (2012). Визначення поняття «медіапростір» з позицій міждисциплінарного підходу. *Вісник Харківської державної академії культури*, 36, 242.

⁷ Дзялошинский, И.М. (2015). *Медиаобразование: поиск новой парадигмы. Медиаобразование 2015. Медиа-информационная грамотность для всех*. Москва, МПГУ, 23.

⁸ Малькова, В.А., Тишкова, В.К. (ред.) (2016). *Антропология медиа: теория и практика*. Москва: ИЭА РАН, 18.

з одного боку, розглядати його як універсум, світобудову, позбавлену традиційних обмежень фізичного простору і географічних відстаней, з іншого, просліджувати ознаки конкретної території через визначений реєстр розташованих на ній інформаційних ресурсів і джерел, через перелік засобів пошуку, збирання, опрацювання, поширення і зберігання інформації, що підпадають під юрисдикцію законодавства, чинного на цій території. Отже, врахування сучасних тенденцій глобалізації, локалізації, глокалізації дають змогу внести ясність у поняття «український медіапростір», виокремити істотні моменти щодо нормативно-правової регламентації об'єкта дослідження.

Тенденція до глобалізації, яка, за визначенням У. Бека, «охоплює виробництво і відтворення, перетинає національно-державні кордони і в цьому сенсі породжує наднаціональні й неklasові глобальні загрози з їх своєрідною соціальною та політичною динамікою»¹ породила якісно нову властивість життя у суспільстві – глобальність (у значенні перетворення на фікцію уявлення про замкнений простір). Нинішня, «суто негативна форма»² глобалізації, зазначає З. Бауман, «це паразитичний хижий процес, що живиться силою, висмоктаною з тіл національних держав та їх суб'єктів»³. Впровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, удосконалення їхньої матеріально-технічної бази, безпрецедентне нарощення їхніх потужностей, спровокувало руйнування кордонів «територіального виміру» медіапростору. І якщо, з одного боку, окреслені тенденції сприяють «становленню демократичних принципів та свобод»⁴, з іншого, «зумовили появу нових викликів та загроз, які зокрема пов'язані з тим, що деякі із суб'єктів інформаційних відносин як на національному, так і глобальному рівнях, перетворивши інформацію на зброю, використовують свободу інформації для того щоб спотворити її засадничі принципи»⁵.

Процеси глобалізації як втілення трансформаційних перетворень в просторову організацію суспільних відносин і дій та породження трансконтинентальних або міжрегіональних потоків і мереж діяльності, Д. Гелд, Е. МакГрю, Д. Голдблатт і Дж. Ператон пропонують оцінювати з точки зору їхньої екстенсивності, інтенсивності, динаміки, впливу⁶. Так, ми можемо позначити глобалізацію медіапростору як географічну *екстенсивність* електричних імпульсів, що миттєво переміщуються в просторі й часі, долають кордони соціокультурної, політичної, економічної, мілітаристської діяльності. Поряд з цим глобалізація медіапростору означає, що зв'язки забезпечуються великою кількістю технічних засобів і посередників і є не хаотичними чи випадковими, а регульованими, тобто має місце *інтенсифікація*, або розширення масштабів взаємодії, взаємозв'язаності та потоків, які виходять за межі суспільств і держав світового порядку. Дії акторів медіапростору скоординовані єдиною настановчою директивою – підтримання й забезпечення кумулятивного стану медіапростору, що дає можливість поєднувати безліч суб'єктів, які беруть участь у генеруванні, поширенні, зберіганні, обміні інформацією. Зростання масштабів та інтенсивності медіапростору є свідченням *динаміки*, а саме прискорення і швидкості, з якою образи, символи, ідеї можуть передаватися з одного регіону до іншого. Просторове втручання, інтенсифікація і прискорення глобальних взаємодій і процесів плетуть складне павутиння відношень між індивідами, спільнотами, міжрегіональними інституціями, урядовими і неурядовими організаціями, мультинаціональними корпораціями, в наслідок чого відбувається взаємопроникнення місцевого і глобального, завдяки якому *вплив* віддалених чинників, з одного боку, посилюється, з іншого – розвиток навіть обмежених локальних подій і рішень може мати величезні наслідки.

Досліджуючи проблеми національного медіапростору в умовах глобалізації, І. Малик констатує безпосередню обумовленість, кореляцію інформаційного суверенітету й незалежності держави: «Чим більше йдеться про формування інформаційної сфери загалом та медіа-простору зокрема в умовах глобалізації, тим актуальнішою стає проблема збереження інформаційного

¹ Бек, У. (2000). *Общество риска: На пути к другому модерну*. Москва: Прогресс-Традиция, 8.

² Бауман, З. (2013). *Плинні часи: життя в добу невпевненості*. Київ: Критика, 40.

³ Там само.

⁴ Конах, В.К. (2015). Внутрішні загрози та виклики розвитку національних медіа-просторів: наукове осмислення проблеми. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*, 124 (2), 30.

⁵ Там само.

⁶ Гелд, Д., МакГрю, Е., Голдблатт, Д., Перратон, Дж. (2003). *Глобальні трансформації. Політика, економіка, культура*. Київ: Фенікс, 38.

суверенітету, який безпосередньо пов'язаний з державним суверенітетом, а отже, і з існуванням держави як такої. Тобто існування загрози інформаційному суверенітету держави призведе до загрози втрати державності»¹. З іншого боку, невід'ємною частиною процесів глобалізації є зростання й посилення просторової сегрегації, ізоляція та відчуження², що певною мірою знаходить відлуння в медіапросторі суверенних держав.

Один із засновників топології медіа, П. Адамс, виокремлює дві опозиційні перспективи просторового вивчення медіапростору: «media in space» (вивчення географічного розташування комунікаційних мереж, їх технічної інфраструктури та геометрії «простору потоків») – «spaces in media» (вивчення унікальних просторів комунікації, підтримуваних за допомогою медіа, що вимірюються персональними контактами) і «places in media» (аналіз механізмів здобуття конкретним місцем власної значущості через медіа) – «media in place» (аналіз можливості / неможливості здійснення медіакомунікацій в певному місці)³. У межах нашого дослідження актуальності набуває висновок П. Адамса щодо існування в медіапросторі свого роду опозиційного співвідношення категорій фізичний простір і місце: вісь просторової організації («media in space», «media in place») передбачає, що «простір» і «місце» можуть розглядатися як «вмістилище» для охоплення, обмеження і форматування медійних комунікацій; вісь просторової репрезентації («spaces in media», «places in media») відображає процес виробництва просторів і місць у комунікаціях за допомогою вербальних, візуальних і аудіальних репрезентацій⁴. Суголосною ідеєю П. Адамса є думка П. Тцацу: «У ракурсі географічного виміру простір розглядається як фізичне місцезнаходження, що пов'язане з поняттям місця, оскільки простір забезпечує контекст місць, водночас формуючи власне значення з певних місць»⁵. Беручи до уваги погляд П. Тцацу – «створення місць здійснюється в повсякденному житті... Місця не існують лише як географічно демарковані райони (простори), оскільки співіснування досвіду, сприйняття й уяви, місце розташування, індивідуальність і почуття громади істотно беруть участь у їх побудові»⁶, – вважаємо, що базовими елементами, своєрідним інструментарієм медіапростору виступають не абстрактні, віддалені й розлогі фізичні простори і відстані, а місця, які мають значення обмеження, володіння, стабільності й конкретності, сприймаються скоріше емоційно, ніж раціонально. Зразковим у цьому плані є механізм перетворення події в медіаподію, що лише віддалено й схематично «відповідає» реальності, більшою мірою відбиваючи суб'єктивний ракурс трактування й відображення доквілля: «Локалізація медіаподії визначає просторовий масштаб, а динаміка змін – часові параметри, але ці характеристики завжди визначаються інтерпретатором»⁷. На нерепрезентативному характері медіапростору наголошує й С. Хантаєв, підкреслюючи, що в медіапросторі актори «отримують» викривлену картину об'єктивної реальності, поширення набувають лише відомості, значущі для автора повідомлення / контенту, повідомлення, поширювані в межах медіапростору «формує суб'єктивний і упереджений погляд на події, що відбуваються, створюючи в свідомості споживача інформації певний образ дійсності»⁸. Додамо, що здійснювана в медіапросторі практично миттєва передача повідомлень і послуг через географічні кордони й через різні часові пояси або в різні часові інтервали сприяє створенню і співіснуванню нових місць

¹ Малик, І. (2009). Національний медіа-простір в умовах глобалізації: прийоми боротьби та правила захисту. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*, 21, 122.

² Иванов, В.Ф. (2013). Медиабезопасность в информационном обществе. *Cyberleninka.Ru* <<https://cyberleninka.ru/article/n/mediabezopasnost-v-informatsionnom-obschestve>>, 235. (2018, липень, 29).

³ Steinberg, P.E. (2010). Book Review: Geographies of Media and Communication. *Mgm.Arizona.Edu* <<https://mgm.arizona.edu/articles/book-review-geographies-media-and-communication>>, 114. (2018, липень, 30).

⁴ Дзялошинський, І.М. (2013). Медиаобразование: работа с текстами или умение ориентироваться в медиапространстве. *Медиаобразование 2013*, 34.

⁵ Tsatsou, P. (2009). Reconceptualising 'Time' and 'Space' in the Era of Electronic Media and Communications. *Journal of Media and Communication. Lra.Le.Ac.Uk* <https://lra.le.ac.uk/bitstream/2381/31479/4/PlatformVoll1_Tsatsou.pdf>, 22 (2018, липень, 30).

⁶ Там само, 25.

⁷ Витвинчук, В.В. (2013). Конструирование медиасобытия: специфика социального хронотопа. *Cyberleninka.Ru* <<http://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-mediasobytiya-spetsifika-sotsialnogo-hronotopa>>, 105 (2018, липень, 30).

⁸ Хантаев, С.Н. (2017). Медиапространство как среда распространения этнических стереотипов. *Gramota.Net* <<http://www.gramota.net/materials/3/2017/3-2/49.html>>, 187 (2018, липень, 30).

(наприклад, онлайн-форуми, онлайн-чати, онлайн-комунікатори Скайп, ICQ) і нових критеріїв часу (наприклад, Twitter, Viber, онлайн). Певною мірою можна говорити про те, що медіапростір демонструє ситуацію майже повної дисоціації фізичного простору на суб'єктивні місця, позбавлені однозначної (об'єктивної, конкретизованої) фізичної ідентифікації. Співіснування й взаємопроростання глобального й локального, переплетіння тенденцій гомогенності й гетерогенності, інтеграція неоднорідності й однорідності, що на сьогодні мають місце в медіапросторі, можуть бути позначені терміном «глокалізація», популяризованим Р. Робертсом наприкінці ХХ століття. Загалом, глокалізація в межах медіапростору може бути оцінена як зручний засіб створення продуктів / послуг / контентів, призначених для глобального ринку, але налаштованих відповідно до тенденцій, настроїв, уподобань соціуму / соціальних спільнот / культури місцевої¹. Глокалізація сприяє створенню пластичного, гнучкого медіапростору, здатного чинити опір «однаковості» глобального через «інаковість» локального. З одного боку, експансія глобальної мас-медійної системи продукує символічні естетичні смисли, генерує стандартизовані «загальнолюдські цінності», поширює узвичаєні моделі поведінки й шаблонні соціальні ролі, пропагує зразки медіаспоживання тощо, з іншого, спроможність кожного актора медіапростору спілкуватися, обмінюватися думками, дискутувати з представниками інших культур і держав, додавати до повсякденних практик «екзотичні родзинки» у вигляді кулінарних пристрастей, духовних практик, стильових напрямків дають можливість констатувати, що тенденція глокалізації підтримується як на глобальному, так і на локальному рівнях, і припустити, що в майбутньому, саме глокалізація виступатиме провідною ознакою медіапростору в територіальному вимірі.

Погляд на медіапростір як «окреслене межами змістилище чого-небудь» (Й. Дзялошинський, Є. Прохоров) акцентує таку характеристику об'єкта дослідження як *правова регламентація*. Мова йде про існування нагальної потреби в проясненні декількох моментів: 1) налагодження чітких взаємовідносин між медіапростором і «споживачами інформації», при наявності однакових можливостей для контактів у будь-якій точці медіапростору; 2) впровадження й контроль певних стандартів, що визначають правила взаємодії медіапростору та аудиторії; 3) реалізація прав громадян на інформацію, задоволення їх інформаційних потреб, причому з боку медіапростору забезпечуватиметься актуальність, доступність, повнота, достовірність, оперативність, порівнянність інформації; 4) оптимальна організація медіапростору, а саме уникнення умов породження переваг для одних верств «споживачів» на шкоду іншим; контроль за поширенням інформації маніпулятивного спрямування тощо². Український медіапростір, перебуваючи під юрисдикцією інформаційної політики держави, повною мірою наслідує коло проблем, невпорядкованих питань, породжених неузгодженістю окремих норм законодавства, регулюючих інформаційну сферу держави: відсутність єдиного бачення напрямів подальшого розвитку медіапростору, нерозвиненість національної системи поширення інформації в глобальному масштабі; підвищена інформаційна залежність від іноземних держав і медіа-структур; недостатня кількість державних програм, що стосуються формування інформаційного суспільства³. Ускладнює ситуацію і той факт, що навіть чинні на сьогодні принципи, стратегічні напрямки, програми дій, постульовані й закріплені державними інститутами відповідної компетенції, на практиці перетворюються в хаотичну дорожню карту, пересування якою нагадує рух по колу між неузгодженими, розрізненими, непрозорими стежками положень, поправок і уточнень, – у результаті, сучасний український медіапростір з великою натяжкою можна назвати інформаційно незалежним. Безперечно, позитивні наслідки у сфері становлення і розвитку українського медіапростору мали рішення Національної ради з питань телебачення та радіомовлення про припинення трансляції неадаптованих іноземних каналів в національному медіапросторі; прийняття Верховною Радою (5 лютого 2015 р.) закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо

¹ Gobo, G. (2011). Glocalizing methodology? The encounter between local methodologies. *International Journal of Social Research Methodology*. *Air.Unimi.It* <https://air.unimi.it/retrieve/handle/2434/167029/164704/glocalization_article_2011.pdf>, 428 (2018, липень, 30).

² Дзялошинський, Й.М. (2013). Медиаобразование: работа с текстами или умение ориентироваться в медиапространстве. *Медиаобразование 2013*, 37.

³ Заніздра, Н. О. (2012). Державна інформаційна політика України на сучасному етапі та шляхи її вдосконалення. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. Випуск 4 (75). *kdu.edu.ua* <[http://www.kdu.edu.ua/statti/2012-4-1\(75\)/193.pdf](http://www.kdu.edu.ua/statti/2012-4-1(75)/193.pdf)>, 195 (2018, липень, 30).

захисту інформаційного телерадіопростору України», Указ Президента України № 47/2017 (від 25 лютого 2017 р.) про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України», Указ Президента України №133/2017 (від 15 травня 2017 р.) про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)». На нашу думку, перспективи українського медіапростору безпосередньо обумовлені ступенем консолідації нормативно-правових дій з боку державних інститутів, громадських організацій, мас-медійних корпорацій, акторів медіапростору в напрямку відстоювання й шанування національних пріоритетів і орієнтирів на тлі глобалізаційних процесів, блокування протизаконного, неетичного контенту, формування культури відповідальності суб'єктів медіапростору перед суспільством, осмислення і протидія внутрішнім і зовнішнім інформаційним викликам (інформаційно-психологічні маніпуляції, дитяча порнографія, пропаганда тероризму, розпалювання міжнаціональної ворожнечі тощо), дотримання принципів демократичності і плюралізму думок, напрацювання механізмів діяти відповідно і з урахуванням вимог ринкової конкуренції тощо.

Висновки. Провідними рисами територіального виміру медіапростору виступають глобальність, локальність, глокальність, нормативно-правова регламентація. Беручи до уваги трансформаційні зміни останніх років практично у всіх сферах життєдіяльності людини, спричинені надшвидкими технологічними стрибками і пертурбаціями, дають підстави для припущення – подальший розвиток і становлення українського медіапростору відбуватиметься з орієнтацією і посиленням глокалізаційної характеристики, що, в свою чергу, стане можливим за умови удосконалення, координування і стабілізації нормативно-правової регламентації у сфері інформаційної політики країни.

References:

1. Tishkova, V.A. (2016). *Antropologija media: teorija i praktika* [Anthropology of media: theory and practice]. Moscow: IEA RAN. [in Russian].
2. Bauman, Z. (2005). *Individualizirovannoe obshchestvo* [Individualized society]. Moscow: Logos [in Russian].
3. Bauman, Z. (2013). *Plynni chasy: zhyttia v dobu nevpvnenosti* [Flowing times: life in the days of uncertainty]. Kiev: Krytyka. [in Ukrainian].
4. Bek, U. (2000). *Obshchestvo riska: Na puti k drugomu modernu* [Risk society: on the way to another modernity]. Moscow: Progress-Tradicija. [in Russian].
5. Dzialoshinskii, I.M. (2015). Mediaobrazovanie: poisk novoi paradigmy [Media Spaces: Finding a New Papadigm]. *Mediaobrazovanie 2015. Media-informacionnaia gramotnost dlia vsekh* [Media Education 2015. Media Information Literacy for All], 17–25 [in Russian].
6. Dzialoshinskij, I.M. (2013). Mediaobrazovanie: rabota s tekstami ili umenie orientirovat'sja v mediaprostranstve [Media creation: work with texts and the skill of finding one's way through media space]. *Mediaobrazovanie 2013* [Media creation 2013], 28–53. [in Russian].
7. Geld, D., MakGrju, E., Goldblatt, D., Perraton, Dzh. (2003). *Hlobalni transformatsii. Polityka, ekonomika, kultura* [Global transformations. Politics, economics, culture]. Kiev: Feniks. [in Ukrainian].
8. Gluharev, D.S. (2011). Mediaprostranstvo kak jelement informacionnoj bezopasnosti [Media space as an element of informational safety]. *Cyberleninka.Ru* <<https://cyberleninka.ru/article/v/mediaprostranstvo-kak-element-informatsionnoj-bezopasnosti>> [in Russian]. (2018, July 30).
9. Gobo, G. (2011). Glocalizing methodology? The encounter between local methodologies. *Air.Unimi.It* <https://air.unimi.it/retrieve/handle/2434/167029/164704/glocalization_article_2011.pdf> [in English]. (2018, July 30).
10. Gricaj, S.V. (2012). Vyznachennia poniattia «mediaprostir» z pozytsii mizhdystsyplinarnoho pidkhodu [Defining the concept of “media space” from interdisciplinary approach]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury* [Kharkiv State Academy of Culture Scientific bulletin], 36, 236-244. [in Ukrainian].
11. Hantaev, S.N. (2017). Mediaprostranstvo kak sreda rasprostraneniya jetnicheskikh stereotipov [Mediaspace as environment of ethnic stereotypes spread]. *Gramota.Net* <<http://www.gramota.net/materials/3/2017/3-2/49.html>> [in Russian]. (2018, July 30).
12. Ivanov, V.F. (2013). Mediabezopasnost' v informacionnom obshchestve [Media safety in informational society]. *Cyberleninka.Ru* <<https://cyberleninka.ru/article/n/mediabezopasnost-v-informatsionnom-obshchestve>> [in Russian]. (2018, July 30).
13. Judina, E.N. (2008). Mediaprostranstvo kak novaja sociologicheskaja kategorija [Media space as a new sociological category]. *Prepodavatel' XXI vek* [Teacher XXI century], 2, 151-155. [in Russian].
14. Konakh, V.K. (2015). Vnutrishni zahrozy ta vyklyky rozvytku natsionalnykh media-prostoriv: naukovе osmyslennia problemy [The internal threats and challenges of the national media-space development: the scientific

- understanding of problem]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn* [Relevant issues of international relations], 124 (2), 30-43. [in Ukrainian].
15. Malyk, I. (2009). Natsionalnyi media prostir v umovakh hlobalizatsii: pryiony borotby ta pravyla zakhystu [National media space in the process of globalization: fighting methods and rules of protection]. *Ukrainska natsionalna ideia: realii ta perspektyvy rozvytku* [Ukrainian National Idea: realities and perspectives of development], 21, 122-27. [in Ukrainian].
16. Rizun, V.V. (2012). Social'nokomunikacijnyj pidhid u nauci ta galuzi social'noi' inzhenerii [Social communicative approach in science and the field of social engineering.]. *Elektronna biblioteka Instytutu zhurnalistyky*. [Electronic Library of the Institute of Journalism]. <http://journlib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid.pdf> [in Ukrainian]. (2018, July 30).
17. Steinberg, P.E. (2010). Book Review: Geographies of Media and Communication, by Paul C. Adams. *Mgm.Arizona.Edu* <<https://mgm.arizona.edu/articles/book-review-geographies-media-and-communication>> [in English]. (2018, July 30).
18. Tsatsou, P. (2015). Reconceptualising 'Time' and 'Space' in the Era of Electronic Media and Communications. *Platformjmc.Files.Wordpress.Com* <https://platformjmc.files.wordpress.com/2015/04/platformvol1_tsatsou.pdf> [in English]. (2018, July 30).
19. Vitvinchuk, V.V. (2013). Konstruirovanie mediasobytiya: specifika social'nogo hronotopa [Construction of media event: specifics of social chronotope]. *Cyberleninka.Ru* <<http://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-mediasobytiya-spetsifika-sotsialnogo-hronotopa>> [in Russian]. (2018, July 30).
20. Zanizdra, N.O. (2012). Derzhavna informatsiina polityka Ukrainy na suchasnomu etapi ta shliakhy yii vdoskonalennia [National information policy of Ukraine at the present stage and the ways of its improvement]. *Kdu.Edu.Ua* <[http://www.kdu.edu.ua/statti/2012-4-1\(75\)/193.pdf](http://www.kdu.edu.ua/statti/2012-4-1(75)/193.pdf)> [in Ukrainian]. (2018, July 30).