

УДК 075-027.31:002.1-021.3:316.77(477)

DOI 10.32782/2312-1815/2024-17-22

Тетяна Присяжнюк
ORCID: 0009-0001-0686-7663

НОВІ МЕДІА В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

У статті досліджено вплив нових медіа на інформаційно-комунікативний простір України. Виокремлено сутнісні характеристики нових медіа, проаналізовано їхній вплив на формування громадської думки, динаміку новинного простору та сприйняття інформації споживачами. Визначено, що інформаційний простір є складною сукупністю електронних, цифрових та інтерактивних медіа, динамічний організм, що змінюється під впливом технологічних, політичних та соціокультурних змін. Наголошено, що інформаційний простір не лише реагує на зміни, а й взаємодіє з ними, виступаючи ключовим компонентом в інформаційній епосі.

Доведено, що використання нових медіа, зокрема Інтернет-платформ та соціальних мереж, відкриває нові можливості для взаємодії, комунікації та формування громадської думки в інформаційному просторі. Водночас акцентовано на спробах використання нових медіа як засобу політичного маніпулювання. Сформульовано міркування щодо перспектив розвитку нових медіа в Україні, що визначають новітній етап розвитку поширення масової інформації, активно змінюючи структуру та функції інформаційно-комунікативного простору. В умовах російської агресії проти України нові медіа повинні стати ефективним ресурсом протидії зовнішнім інформаційним впливам рашистської пропаганди.

Ключові слова: нові медіа, інформаційний простір, комунікація, політичне маніпулювання, війна.

Вступ. Упродовж останніх двох десятиліть в Україні спостерігається активний розвиток інформаційного простору, спричинений інтенсивним використанням нових медіа. Упродовж останніх років Інтернет-платформи та соціальні мережі перетворилися на ключові інструменти обміну інформацією та вираження громадської думки. Цей процес суттєво впливає на динаміку та взаємозв'язок українського інформаційно-комунікативного простору. Інформаційний простір України є важливим аспектом сучасного соціокультурного ландшафту. Він являє собою динамічне об'єднання різноманітних електронних, цифрових та інтерактивних медіа, що постійно змінюються під впливом технологічних і соціокультурних трансформацій.

Нові медіа, що охоплюють цифрові технології та мережі, стали істотним компонентом соціальної реальності, призвели до суттєвих змін у структурі та функціях інформаційного простору. Вони не обмежуються лише роллю джерела інформації, а виступають як платформа для активної співпраці органів влади і громадянського суспільства, створення та поширення у суспільному загалі інформації: актуальної, правдивої, а часом і маніпулятивної. Це відкриває нові можливості для взаємодії, комунікації та формування громадської думки в інформаційному просторі.

Матеріал і методи дослідження. У статті аналізуємо різні аспекти медіа та їхній вплив на сучасну інформаційну комунікацію. Методика дослідження включає аналіз джерел та наукових праць із даної тематики, а також використання класифікацій, запропонованих відомими дослідниками, такими як М. Кастельс, Дж. Томсон, К. Молоні. Активно вивчають різні характеристики нових медіа, їхній вплив на суспільство, культуру, політику та журналістику українські дослідники Л. Василик, Н. Зражевська, С. Квіт, Г. Почепцов, Є. Цимбаленко та ін.

Дослідження базується на аналізі концепцій і понять, що використовуються у сучасних дослідженнях медіа. Ураховано історичний контекст й еволюцію медіа – від традиційних, аналогових засобів масової комунікації до нових цифрових форматів. Такий аналіз дає змогу зрозуміти, як ці зміни впливають на інформаційний простір і суспільство у цілому.

Результати та обговорення. Як зазначено у дослідженні Джона Томсона, «інформаційний простір є складною та динамічною сукупністю електронних, цифрових, інтерактивних та інших медійних форм, що існують у віртуальному та реальному середовищі» [1, с. 27]. У своїх наукових працях Мануель Кастельс акцентує, що таке об'єднання елементів створює величезний потік інформації, який визначає сучасну інформаційну епоху [2, с. 45].

Інформаційний простір не обмежується лише наявністю різних електронних, цифрових та інтерактивних медіа. Його можна охарактеризувати як динамічний організм, що неперервно перетворюється під впливом технологічних і соціокультурних змін. Важливо розуміти, що інформаційний простір не лише реагує на зміни, а й активно взаємодіє з ними, виступаючи ключовим компонентом в інформаційній епосі.

Загалом можна охарактеризувати поняття медіа, з одного боку, як засоби передачі, зберігання, відтворення інформації для подолання просторових, часових та інших обмежень, а з іншого – це будь-яка система знаків у певній формі (усній, візуальній, друкованій, аудіо тощо) [3]. Тобто медіа не є засобом масової інформації, проте воно не може існувати поза цим контекстом. У суспільному дискурсі традиційно й нині прийнято ототожнювати ЗМІ та мас-медіа, однак поєднує їх виключно властивість «мас» як спільна характеристика спрямованості інформаційного потоку та обсягу охоплення аудиторії. Медіа ж, у певному розумінні, є засобом (інструментом) поширення масової інформації.

Термін «нові медіа» виник у середині ХХ ст., і його введення пов'язане з розвитком технологій масової комунікації. Можемо виділити два ключові чинники, які сприяли появі нового явища у сфері засобів масової комунікації. Перший – це оцифрування інформації, другий – це поява і широкий доступ до мережі Інтернет. Цей термін активно почав використовуватися в 1980–1990-х роках, коли цифрові технології стали значущим чинником у медіасфері.

Саме тоді відбувався перехід від традиційних, аналогових засобів масової інформації, таких як газети і телебачення, до нових, цифрових медіаформ, що включають Інтернет, соціальні мережі, мобільні додатки та інші інтерактивні технології. Цей перехід визначив новий етап розвитку засобів масової інформації та взаємодії з нею, що відображається у вживанні терміна «нові медіа».

Для розуміння сутності нових медіа скористаємося класифікацією, яка запропонована медіаекспертом, журналістом і викладачем Кевіном Молоні, який системно визначає дефініційний зміст похідних від медіа понять: мультимедіа, нові (конвергентні) медіа, гіпермедіа, кросмедіа, трансмедіа, цифрові медіа та соціальні медіа. Ураховуючи їх змістовність, наведемо ключові характеристики за К. Мелоні.

Мультимедіа – це результат діяльності в електронній або комп'ютерній галузі, взаємодія візуальних і аудіоефектів під управлінням інтерактивного програмного забезпечення. Це електронний носій інформації, який об'єднує різні види контенту і представляє їх у кількох формах. Формула мультимедіа – одна історія, багато медіаформ, один медіаканал.

Нові медіа (конвергентні) – це цифрові технології та середовища, які є інтерактивними, персоналізованими та мультимедійними. Їх часто ототожнюють із цифровими медіа та електронними засобами масової інформації, але вони можуть відрізнитися за редакційним принципом і мультиканальністю.

Гіпермедіа – це формат даних, у якому текст, звук, зображення або інші об'єкти, пов'язані з інформацією, відображаються на екрані за допомогою гіпертекстових посилань.

Кросмедіа – це конструкт, який об'єднує інформаційні та комунікаційні технології у єдиний інформаційний ресурс. Вони відрізняються від конвергентних медіа своїм редакційним принципом та мультиканальністю.

Трансмедіа – це спосіб оповідання і поширення інформації на різних платформах та форматах, використовуючи цифрові технології.

Цифрові медіа – це контент у цифровому форматі, закодований у цифру, який можна створювати, переглядати, змінювати, зберігати та передавати за допомогою цифрових електронних пристроїв.

Соціальні медіа – це онлайн-технології, ґрунтовані на принципах web 2.0, де споживачі контенту стають його співавторами і взаємодіють між собою, утворюючи інформаційне середовище без посередництва традиційних ЗМІ [4].

Нові медіа (англ. New Media) – електронні медіа, що спираються на цифрові технології, інтерактивність, і мультимедіа. Від традиційних медіа, таких як телебачення, преса чи радіо, нові медіа також вирізняє користувацький контент. Нові медіа відкриті для взаємодії з читачами та надають їм можливість створювати та модифікувати зміст повідомлень. На відміну від традиційних мас-медіа, де комунікація здійснюється за схемою «від одного до багатьох», схема комунікації у нових медіа – від багатьох до багатьох. Доступ до нових медіа можливий з усіх електронних пристроїв із виходом у мережу Інтернет [5].

Нові медіа, представлені цифровими технологіями та мережами, не лише змінюють структуру інформаційного простору, а й переосмислюють його функції. Насамперед вони заохочують активну участь користувачів у створенні та поширенні інформації, перетворюють споживачів інформації на активних учасників інформаційного простору, які взаємодіють та формують громадську думку.

Україна переживає інтенсивний розвиток інформаційного простору, особливо завдяки активному використанню нових медіа. Інтернет-платформи та соціальні мережі стають не лише основними джерелами інформації, а й ключовими інструментами обміну нею та вираження громадської думки. Цей процес постійно впливає на динаміку та взаємозв'язок українського інформаційно-комунікативного простору, надаючи йому нові риси та визначаючи темпи розвитку.

Українські нові медіа та інформаційний простір взаємодіють та взаємопослідуються для формування суспільної свідомості та політичної реальності. Співпраця та взаємодія між цими елементами створюють унікальний контекст для розвитку інформаційного простору в умовах сталих змін.

Швидкий темп змін та інновації у галузі інформаційних технологій визначають сутність нових медіа. Вони виступають ключовим елементом сучасної культури, сильно впливаючи на виробництво, розповсюдження та споживання інформації. Ці медіа відрізняються від традиційних форм масової інформації за своєю інтерактивністю та можливістю залучення аудиторії у формування контенту.

Однією з визначальних особливостей нових медіа є їх глобальність та швидкість поширення інформації. Це робить можливим інформаційний обмін на рівнях, які раніше були недосяжними. Такий підхід сприяє швидкому розповсюдженню подій та підвищує доступність інформації для різних соціальних груп.

Важливим аспектом нових медіа є здатність до персоналізації контенту, що відкриває нові можливості для взаємодії та залучення аудиторії до процесу інформаційного обміну, дає змогу кожному користувачеві створювати та споживати контент, який відповідає його індивідуальним потребам.

Однак разом з усією цією інноваційною динамікою виникає виклик перевірки достовірності інформації. Швидкість поширення новин у віртуальному просторі може призвести до неперевіраних даних, що, своєю чергою, може призвести до масових непорозумінь та маніпуляцій. Це наголошує на необхідності критичного підходу до інформації та розвитку навичок медіаграмотності серед користувачів.

У підсумку нові медіа не лише визначають інформаційно-комунікативний простір сучасності через глобальність, інтерактивність та персоналізацію, а й постають перед

суспільством викликами, пов'язаними з перевіркою достовірності інформації та розвитком медіаграмотності.

Одним з основних викликів є необхідність регулювання та контролю розповсюдження дезінформації через нові медіа. Здатність інформаційного простору поширювати штучно створені концепції може суттєво впливати на формування громадської думки та політичної дійсності. З іншого боку, інновації в інформаційному просторі відкривають можливості для поліпшення доступу до об'єктивної інформації та підвищення рівня громадської участі. Використання нових медіа може сприяти покращенню медіаосвіти, що є важливим аспектом забезпечення інформаційної грамотності громадян.

Директорка департаменту інформаційної політики та інформаційної безпеки Міністерства культури та інформаційної політики України Г. Красноступ зазначає, що намагання подолати кризові питання регулювання медіа в Україні був прийнятий «Закон про медіа», проте важливим елементом залишається і глобальна медіаграмотність. Державним органом, що відповідає за впровадження критичного мислення у населення, є Міністерство культури та інформаційної політики України. У 2021 р. Міністерство запустило національний проєкт із медіаграмотності «Фільтр». Також другий рік поспіль відбувається національний тест із медіаграмотності. Так, у 2023 р. у ньому взяли участь 26 194 учасники, а 13 980 пройшли цей тест повністю [6].

Співробітництво нових медіа з інформаційним простором в Україні характеризується тісним взаємозв'язком, що створює унікальний контекст для розвитку обох елементів. Нові медіа активно сприяють формуванню суспільної свідомості, залучаючи громадян до взаємодії та обговорення важливих питань. Ця взаємодія, ураховуючи останні технологічні та соціокультурні зміни, визначає нові напрями розвитку інформаційного простору в Україні, роблячи його динамічним та адаптованим до потреб сучасного суспільства.

Узагальнюючи, зауважимо, що нові медіа в Україні впливають на різноманітні сфери суспільства – від громадянської активності до формування ідентичності. Із їх становленням суспільство переходить до нового етапу розвитку, де цифрові технології визначають динаміку інформаційно-комунікативного простору.

Аналізуючи динаміку розвитку нових медіа в Україні, можна виокремити ключові аспекти цього явища. Цифрова трансформація, що відбувається, визначає не лише перетворення контенту, а й зміну методів його представлення, взаємодії та споживання. Це свідчить про необхідність для медіаплатформ адаптуватися до високих технологічних стандартів із метою забезпечення конкурентоспроможності.

Розвиток мультимедійного контенту відкриває можливості для більш глибокої взаємодії аудиторії з інформацією. Використання візуальних та звукових елементів стає важливим для залучення уваги споживачів. Це підкреслює важливість створення якісного та змістовного мультимедійного матеріалу для ефективного привертання аудиторії.

У контексті стрімкого розвитку технологій необхідно враховувати етичні аспекти та достовірність фактів. Забезпечення етичності та достовірності інформації залишається ключовим завданням розвитку нових медіа, особливо критичною є проблема поширення фейкових новин та неправдивої інформації.

«Як показують дослідження ОПОРИ, з повномасштабним вторгненням медіаландшафт і медіаспоживання українців кардинально змінилися. Якщо раніше телебачення та традиційні медіа зберігали лідируючі позиції, то після повномасштабного вторгнення на перший план вирвалися соціальні мережі, а саме – месенджери, як серед українців, які перебувають в Україні, так і серед українців за кордоном», – наголошує аналітикиня Громадянської мережі ОПОРА А. Романюк [6].

Погодимося із міркуваннями дослідників, які акцентують на тому, що в Україні склалася специфічна ситуація, коли мова та медіа стали одними з провідних інструментів агресора паралельно з вторгненням РФ на суверенну територію країни. Агресор широко використовував

мову як інструмент маніпуляції: неправдиві уявлення про нібито «захист російськомовних» поширюються через про нібито «захист росіян і російськомовних» через політичні виступи, медіа. Екранізована ними російська пропаганда реалізувала свої плани щодо русифікації населення України [7, с. 238]. Саме медіа ще задовго до повномасштабного російського вторгнення 24 лютого 2022 р. активно використовувалися з маніпулятивною метою як потужний ресурс інформаційної війни.

Спроби ці продовжуються й нині. Російськими агресорами ведеться масована ідеологічна кампанія. В її основі – поширювані в інформаційному просторі твердження про Україну як фейкову державу, що не має майбутнього, спроби нав'язати стереотипи «русского мира» не тільки українським громадянам, а й інших країн. Погодимось із С. Дерев'янком, що тому, очевидно, виправданим стало започаткування з перших днів повномасштабної війни провідними українськими телевізійними каналами та радіо інформаційного марафону. Це дало змогу ефективніше протистояти інформаційній агресії рашистів, істотно запобігти поширенню фейків. Надання виваженої та достовірної інформації про перебіг війни є важливим для комунікації влади й суспільного загалу. Однак це не слід розглядати як прагнення владних структур нав'язати громадянам якусь єдину, надзвичайно ідеологізовану мову, що притаманне тоталітарним суспільствам, а радше є вимушеним кроком. Натомість джерелом поширення недостовірної інформації залишаються й вимагають уваги соціальні Інтернет-мережі, часто й блогосфера та приватне спілкування [8, с. 7–8].

За даними дослідження ОПОРИ щодо медіаспоживання українців в Україні впродовж другого року повномасштабного російського вторгнення, 77,9% опитаних для отримання інформації використовують соціальні мережі. Цей показник дещо зріс порівняно з минулорічним опитуванням (76,6%). Натомість телебачення як джерело інформації стало трохи менш популярним – 62,5% (66,7% минулого року). Так само й українці, які перебувають у Великій Британії, Ізраїлі, Іспанії, Німеччині, США, Угорщині, Чехії, споживають новини про Україну з каналів та груп у месенджерах у 50%, а з телебачення – лише у 8% [6].

Загалом розвиток нових медіа в Україні зумовлений не лише технологічними інноваціями, а й потребою вирішення проблем, пов'язаних із використанням цих технологій. Інтеграція нових технологій повинна відбуватися разом із заходами щодо забезпечення етичності, достовірності та різноманітності інформаційного простору.

На підставі аналізу даних та фактів можна визначити антагоністичні тенденції впливу нових медіа на інформаційний простір в Україні.

Відносно вільний простір для різних точок зору: нові медіа створюють простір для висловлення різноманітних точок зору, включаючи полярні. Однак контроль за змістом цієї інформації, його відповідність нормам закону і моралі залишається нерегульованим.

Сучасну правову базу медіапростору України становлять відповідні норми Цивільного кодексу України, закони України «Про телекомунікації», «Про авторське право і суміжні права», «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про рекламу», «Про телекомунікації», «Про радіочастотний ресурс», «Про захист персональних даних», «Про доступ до публічної інформації» та Закон «Про медіа» тощо.

В умовах трансформації інформаційного суспільства в Україні правовий статус нових медіа потребував законодавчого врегулювання, адже потік інформації в Інтернеті почав ставати хаотичним та неконтрольованим. Тому стало необхідністю чітке окреслення статусу, принципів функціонування та механізмів відповідальності для нових медіа.

Такою спробою врегулювання на законодавчому рівні стало прийняття Закону «Про медіа», який набув чинності 31 березня 2023 р., що визначило новий етап розвитку

інформаційно-комунікативного простору країни. Згідно з дослідженням Інституту масової інформації, цей Закон є ключовим інструментом у вирішенні проблем сучасних медіа. Він визначає правові основи діяльності ЗМІ та забезпечує захист інформаційного простору від негативного впливу. Закон відображає зростаючу необхідність адаптації законодавства до викликів цифрової епохи, як відзначено в дослідженні Інституту інформаційної безпеки.

Однією з ключових ініціатив Закону є створення незалежного регулятора медіа, який здатний гарантувати свободу слова та захищати суспільство від недостовірної інформації. Закон також урахує розвиток онлайн-медіа та соціальних мереж, як відзначено у дослідженні Агентства з питань нових технологій. Він створює правову базу для регулювання цих платформ, сприяючи боротьбі з дезінформацією та забезпечуючи стабільність інформаційного середовища.

Особлива увага в Законі приділяється етиці журналістики та захисту журналістів. Як стверджує дослідження Інституту свободи слова, це важливий крок у забезпеченні безпеки та свободи професії журналіста [9].

Керівник напряму «Цифрові права» у ГО «Лабораторія цифрової безпеки» М. Дворовий розглядає питання використання соціальних мереж та месенджерів із позиції юридичної регуляції. Він зазначив, що медіаспоживання буде продовжувати змінюватися, і потрібно змиритися, що законодавство та регулювання не встигатимуть за цими змінами. Але все ж цього варто прагнути, бо яким би застарілим не були ці політики, це допомагатиме формувати практики публічних політик та створювати медіасередовище, що базується на правилах та забезпечує доступ до критичної інформації й обмежує доступ до протиправного контенту [6].

Погодимось з дослідницею О. Грудко, яка зазначає, що медіа виступають містком між політикою та людьми, і саме ними уможливується демократія – політичний режим, де узаконено вплив народу на владу [10].

Алгоритми нових медіа забезпечують швидке та масове поширення інформації без посередництва ЗМІ. Це призводить до знецінення аспекту «джерело інформації», оскільки інформація поширюється мережею, а автором стає будь-який дописувач, не перевіряючи першоджерело та не знаходячи підтверджуючих документів.

Актуалізація явищ і подій: нові медіа створюють можливості для актуалізації важливих подій і залучають до обговорення багато користувачів. Це змінює сутність та традиційне сприйняття політичної участі, переносячи акцент від «дії» до «причетності» та сприяючи кліктивізму та ескапізму.

Віддалена участь і просторова віддаль: розвиток онлайн-платформ для віддаленої участі нівелює просторові обмеження для консолідації зусиль, точок зору та ресурсів. Однак віддаленість особистих пристроїв від джерела події призводить до особистого дистанціювання, відсутності інтересу до встановлення першопричин суспільно-політичних трансформацій та переваги самоізоляції над «публічним» і відчуження від «приватного» [11].

Останнім часом український інформаційний простір пережив значні зміни, що пов'язані з інтенсивним використанням нових медіа. Соціальні мережі та Інтернет-платформи стали не лише невід'ємною частиною повсякденного життя, а й ключовими каналами для обміну інформацією та вираження громадської думки. Це свідчить про активну роль нових медіа у формуванні інформаційного простору, зробивши його більш демократичним та відкритим для різноманітних груп населення.

Значний розвиток інформаційного простору супроводжується викликами. Найбільш актуальним є необхідність ефективного регулювання та контролю за поширенням дезінформації через нові медіа, особливо в умовах, коли інформаційний простір може використовуватися для маніпулювання громадською думкою та впливу на політичний процес.

Проте разом із викликами нові медіа пропонують і значні перспективи для інформаційного простору. Інновації у цьому напрямі дають змогу покращити доступ до об'єктивної інформації та збільшити громадську участь. Розширені можливості взаємодії з інформацією, що пропонує інформаційний простір через нові медіа, сприяють розвитку критичного мислення та активної громадянської позиції.

Синергія нових медіа та інформаційного простору в Україні виявляється тісним взаємозв'язком, що формує унікальний контекст для розвитку обох елементів. Нові медіа активно сприяють формуванню суспільної свідомості та політичної активності, залучаючи громадян до взаємодії та обговорення важливих питань. Ця взаємодія, ураховуючи останні технологічні та соціокультурні зміни, визначає нові напрями розвитку інформаційного простору в Україні, роблячи його динамічним та адаптованим до потреб сучасного суспільства.

Висновки. Отже, конвергенція медіа являє собою еволюційний процес, викликаний розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. Цей процес означає розширення комунікаційних платформ для просування інформаційного ресурсу, розповсюдження його контенту та організації зворотного зв'язку, забезпечуючи інтерактивну властивість медіа. Нові медіа володіють потужним ресурсом та значним потенціалом для залучення аудиторії, особливо в контексті політики, де широка аудиторія втілює політичну підтримку та стає можливістю впливати на формування та ухвалення владних рішень.

В Україні процес розвитку нових медіа супроводжується збільшенням їхньої аудиторії, поступовим зростанням рівня довіри та підвищенням ресурсного потенціалу. Соціальні мережі та Інтернет-платформи стали не лише необхідною частиною повсякденного життя, а й ключовими каналами для обміну інформацією та вираження громадської думки. Ця тенденція вказує на активну роль нових медіа у формуванні інформаційного простору, роблячи його більш демократичним та доступним для різних груп населення. Однак відсутність сталих механізмів контролю за діяльністю нових медіа акцентує необхідність формування медіаграмотності та культури і підвищення медіавідповідальності.

Усе це входить у глобальний контекст реалізації демократичних принципів в інформаційних суспільствах, де функціонування нових медіа виступає як ключовий чинник для забезпечення відкритості, участі та взаємодії громадян у формуванні суспільно-політичної реальності.

Література:

1. Thompson, J. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford University Press, 1995. 314 p.
2. Castells, M. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press. 2009, 571 p. URL: https://www.academia.edu/25294841/Manuel_Castells_Communication_Power_2009_ (дата звернення: 21.01.2024).
3. Медіа. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Медіа> (дата звернення: 14.02.2024).
4. Moloney, K. Multimedia, Crossmedia, Transmedia... What's in a name? *Transmedia Journalism*. April 21, 2014. URL: <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/> (дата звернення: 20.01.2024).
5. Нові медіа. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Нові_медіа (дата звернення: 04.01.2024).
6. Соціальні мережі можуть і перемагати класичні редакції, але треба пам'ятати про ризики цих інструментів – аналітикиня Опори. URL: https://oporaua.org/polit_ad/sotsialni-merezhi-mozhut-i-peremahaty-klasychni-redaktsiyi-ale-treba-pamyataty-pro-ryzyky-tsykh-instrumentiv-analykyunya-OPORY-25004 (дата звернення: 21.01.2024).
7. Ozhohan, A., Derevianko, S., Karchevska, O., Pavlova, L., & Pashyna, N. (2023). Language as a political manipulation tool. *Amazonia Investiga*, 12(64). P. 237–248.
8. Дерев'янка С. Політична мова в умовах російсько-української війни. *Україно моя вишивана: етнокультурний та освітньо-виховний потенціал української вишиванки* : зб. тез III Міжнародної онлайн-конференції, 19 травня 2022 р. Київ : Педагогічна думка, 2022. С. 5–8.

9. Рогушина Ю., Гришанова І. Пошук мультимедійних об'єктів за контекстом та метаописами гіпермедійних інформаційних ресурсів. *Проблеми програмування*. 2005. № 3. С. 83–96.
10. Грудка О. Медіа між політикою і суспільством. *Українська правда*. 2016. 19 серпня. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2016/08/19/7118132/> (дата звернення: 21.12.2023).
11. Рогушина Ю., Гришанова І. Пошук мультимедійних об'єктів за контекстом та метаописами гіпермедійних інформаційних ресурсів. *Проблеми програмування*. 2005. № 3. С. 83–96.
12. Василик Л. Конвергенція та крос-медійність: дискурс термінологічної парадигми. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Журналістські науки». 2017. № 1. С. 3–10.

References:

1. Thompson, J. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford University Press, 1995. 314 p.
2. Castells, M. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press. 2009, 571 p. URL: https://www.academia.edu/25294841/Manuel_Castells_Communication_Power_2009_ (data zvernennia 21.01.2024).
3. Media – Material z Vikipedii – vilnoi entsyklopedii. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Media> (data zvernennia 14.02.2024). [in Ukrainian]
4. Moloney, K. Multimedia, Crossmedia, Transmedia... Whats in a name? *Transmedia Journalism*. April 21, 2014. URL: <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/> (data zvernennia 20.01.2024).
5. Novi media – Material z Vikipedii – vilnoi entsyklopedii. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Novi_media (data zvernennia 04.01.2024). [in Ukrainian]
6. Sotsialni merezhi mozhut i peremahaty klasychni redaktsii, ale treba pamiataty pro ryzyky tsykh instrumentiv – analitkynia Opory [13.11.2023 r.]. URL: https://oporaua.org/polit_ad/sotsialni-merezhi-mozhut-i-peremahaty-klasychni-redaktsiyi-ale-treba-pamyataty-pro-ryzyky-tsykh-instrumentiv-analitikynya-OPORY-25004 (data zvernennia 21.01.2024). [in Ukrainian]
7. Ozhohan, A., Derevianko, S., Karchevska, O., Pavlova, L., & Pashyna, N. (2023). Language as a political manipulation tool. *Amazonia Investiga*, 12(64), Rr. 237–248.
8. Derevianko S. Politychna mova v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny. *Ukraino moia vyshyvana : etnokulturnyi ta osvithno-vykhovnyi potentsial ukrainskoi vyshyvanky : zb. tez III Mizhnarodnoi onlain-konferentsii, 19 travnia 2022 r. / za zah. red. N. Bohdanets-Biloskalenko (elektronne vydannia)*. Kyiv : Pedahohichna dumka, 2022. S. 5–8. [in Ukrainian]
9. Rohushyna Yu., Hryshanova I. Poshuk multymediinykh obiektiv za kontekstom ta metaopysamy hipermediinykh informatsiinykh resursiv. *Problemy prohramuвання*. 2005. № 3. S. 83–96. [in Ukrainian]
10. Hrudka O. Media mizh politykoiu i suspilstvom. *Ukrainska pravda*. 2016. 19 serpnia. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2016/08/19/7118132/> (data zvernennia 21.12.2023). [in Ukrainian]
11. Rohushyna Yu., Hryshanova I. Poshuk multymediinykh obiektiv za kontekstom ta metaopysamy hipermediinykh informatsiinykh resursiv. *Problemy prohramuвання*. 2005. № 3. S. 83–96. [in Ukrainian]
12. Vasylyk L. Konverhentsiia ta kros-mediinist: dyskurs terminolohichnoi paradyhmy. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhniky»*. Serii: Zhurnalistski nauky. 2017. № 1. Lviv: Vyd-vo Lviv. politekhniky. 2017. S. 3–10. [in Ukrainian]

Tetyana Prisyazhnyuk. New media in the information and communication space of Ukraine

The article examines the impact of new media on the information and communication space of Ukraine. The essential characteristics of new media are highlighted, their impact on the formation of public opinion, the dynamics of the news space and the perception of information by consumers is analysed. It is determined that the information space is a complex set of electronic, digital and interactive media, a dynamic organism that changes under the influence of technological, political and socio-cultural changes. It is emphasised that the information space not only responds to changes but also interacts with them, being a key component in the information age.

It is proved that the use of new media, in particular, Internet platforms and social networks, opens up new opportunities for interaction, communication and public opinion formation in the information space. At

the same time, the author emphasises attempts to use new media as a means of political manipulation. The author formulates considerations regarding the prospects for the development of new media in Ukraine, which determine the newest stage of development of mass information dissemination, actively changing the structure and functions of the information and communication space. In the context of Russian aggression against Ukraine, new media should become an effective resource for counteracting external information influences of racist propaganda.

Key words: *new media, information space, communication, political manipulation, war.*