

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
АЕКС-МАРСЕЛЬСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ (AMU)
ПАН'ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ У БРАТИСЛАВІ
ПРОФСПІЛКА ВИЩОЇ ОСВІТИ ПОЛЬЩІ



PANEURÓPSKA
VYSOKÁ ŠKOLA

У ПОШУКУ НОВИХ СЕНСІВ ПОЛІКУЛЬТУРНОГО СВІТУ. ПОВОЄННИЙ ДІАЛОГ КУЛЬТУР

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
(м. Київ, 2 – 3 лютого 2023 року)

SEARCHING FOR THE NEW MEANINGS OF THE POLYCULTURAL WORLD. POST-WAR DIALOGUE OF CULTURES

INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
(Ukraine, Kyiv, 2023 February 2–3)

Редакційна колегія:

- Копієвська О. Р.*, в.о. ректора НАКККіМ, доктор культурології, професор, заслужений працівник освіти України;
Денисюк Ж. З., в.о. проректора з наукової роботи та міжнародних зв'язків НАКККіМ;
Добровольська В. В., в.о. завідувачка кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ, професор;
Дячук В. П., доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ, заслужений працівник культури України;
Бугайова О. І., кандидат філологічних наук, начальник відділу наукової та редакційно-видавничої діяльності НАКККіМ.

Модератори конференції:

- Добровольська Вікторія Василівна;*
Рева Тетяна Сергіївна;
Святненко Анна Василівна;
Філіна Тетяна Вікторівна;
Хіміч Ярослава Олегівна;
Шевченко Наталя Олександрівна.

Синхронний переклад:

- Земляна Олександра Володимирівна.*

У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур : матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. (Київ, 2–3 лютого 2023 р.) / упоряд. В. П. Дячук. Київ : НАКККіМ, 2023. 236 с.

Збірник містить матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур», проведеної Національною академією керівних кадрів культури і мистецтв (Україна) у співпраці з Аекс-Марсельським університетом (АМУ, Франція), Пан'європейським університетом у Братиславі та Профспілками вищої освіти Польщі.

Автори статей відповідають за правдивість викладеного матеріалу, достовірність цитування джерел і посилань на них. Думки авторів можуть не збігатися з позицією редколегії. Тези подаються в авторській редакції.

як важлива складова стратегії сучасного українського мистецтвознавства	94
Бойко Н. В. Цифрова культура, інформаційна культура – тотожність та відмінність понять у новому соціокультурному просторі	97
Паламаренко В. Ю. Роль культурно-дозвіллевих центрів у сфері створення нових культурних послуг у повоєнний період	100
Івашкевич О. В. Просування українського книжкового контенту в міжнародному інформаційному просторі в сучасних умовах інформаційної та військової загрози.....	102
Сахарова М. П. Інформаційно-комунікаційні стратегії публічних бібліотек України: відповіді на виклики	106
Бугайов М. В. Cultural question: kinder or cyber	109
Неліпович Д. О., Петінова О. Б. Пропаганда – зброя ворога у війні 2022 (на матеріалах соціологічного дослідження)	111
Самчук Л. С., Настаченко Д. В. Кіберпростір як результат віртуалізації.....	115
Лукава Д. В. Микола Леонтович, Василь Верховинець, Кирило Стеценко: ефективні методики навчання музики та співу.....	118
Васильченко Л. Л. Патріотичне виховання як складова діяльності бібліотечних закладів	120
Добровольська В. В., Пугач Л. Ю. Бібліотечна адвокаційна діяльність – один із напрямів інноваційних змін у бібліотеці	122
Тишкевич О. В. Українські письменники, митці та політичні діячі на сторінках газети «Село» (1909–1910).....	125

Секція 3. СЦЕНІЧНЕ МИСТЕЦТВО В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН ГЛОБАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ

Афоніна О. С. Балетне мистецтво України в діалозі культур.....	127
Ареф'єва Є. Ю. Електронна музика в екологічному вимірі	128
Ареф'єва А. Ю. Авангардний синтез мистецтв у сценографії ...	132
Dadíková Natália. Marketing communication strategies of the Slovak National Theatre with the children and teenagers	136

of culture in two directions: the first – overcomes language barriers, blurs the national boundaries of culture, removes the boundaries between such forms of culture as science, education, art and leisure, through art, activities, crafts, food, language, etc., educate citizens of the world; the second – provides an opportunity for each person not only to passively perceive a cultural product, but also to actively influence it, determine its content and purpose. Cyberspace provides new opportunities for the formation and development of virtual communities, thereby creating an appropriate form of culture, namely cyberculture.

Blogs significantly determine the preferences of modern children, forming their cultural self-awareness, determining intercultural competence and in the future, this process will acquire even larger scales. This leads to the emergence of a generation of cyber culture – information culture, which, as a new cultural model, requires balancing between two realities – social and virtual, and this, accordingly, actualizes a qualitatively new worldview with appropriate value attitudes, moral and ethical norms, social roles and behavior models of a modern person.

Used literature

1. Backovic Vulic Tamara. Top 5 Children Bloggers: Meet The Kids Who Make The Difference. *Domain.me*. August 6, 2020. URL: <https://domain.me/top-5-children-bloggers/> (дата звернення: 20.01.02023). Piipponen Oona. Children creating a shared story world in an intercultural exchange. *Home.blog*. March 3, 2021. URL: <https://gerif.home.blog/2021/03/03/children-creating-a-shared-story-world-in-an-intercultural-exchange/> (дата звернення: 20.01.02023).
2. Prichard Ivanka, O'Toole Shana, Wu Yu, Harford Jane, Tiggenmann Marika. No likes, no problem? Users' reactions to the removal of Instagram number of likes on other people's posts and links to body image. *ResearchGate*. September 2021. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144521000413> (дата звернення: 20.01.02023).

Нелінович Дар'я Олександрівна
здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти

Петінова Оксана Борисівна
доктор філософських наук, професор кафедри філософії,
соціології та менеджменту соціокультурної діяльності
ПНПУ імені К. Д. Ушинського, м. Одеса, Україна
oksanapnpu@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1871-1201>

Пропаганда – зброя ворога у війні 2022 (на матеріалах соціологічного дослідження)

Сучасний політичний режим російської федерації застосує інструмент пропаганди проти України для того, щоб спотворити реальну ситуацію та зняти з себе відповідальність. Проте використовують її і в

найрізноманітніших напрямках, намагаючись маніпулювати, брехати та навіть підіймати значення своєї країни, принижуючи багатьох інших країн. Нині країна-терорист використовує інформаційну зброю і діє за всім відомим планом: відшукують болісну тему, формують у суспільстві протилежні позиції, знаходять людей, які поділяють їх позиції, та підбурюють один проти одного.

Для виконання цієї мети в них є розповсюджені інструменти: соціальні мережі, іноземні медіа, «хороші руські», блогери-інсайдери, та багато інших.

Рівень довіри російським ЗМІ серед народу РФ є досить високим. Федеральні та регіональні ТБ та газета користуються найбільшим рівнем довіри серед росіян, в той же час іноземним джерелам не довіряє більшість громадян РФ. Також останнім часом почали використовувати блогерів та соціальні мережі, які більш поширені серед молодих людей. Через повний контроль над ЗМІ в РФ і створюється необхідна картинка для дискредитації українського суспільства та виправдання своїх минулих та майбутніх злочинів, які порушують міжнародні договори.

Протягом нового витка російсько-української війни, розпочатого 24 лютого, російські ЗМІ, контрольовані владою, продовжили практику створення брехливих (фейкових) новин, яку вони проводили з 2014 року. Телеграм-канали масово поширювало на початку вторгнення неправдиву інформацію про перебіг війни, зокрема, що керівництво України нібито покинуло країну, населення захоплених міст зустрічає російських окупантів як «визволителів», розмови та повідомлення громадян прослуховують і прочитують українські спецслужби. Неонацизм є головною темою проросійської пропаганди, він приписується чинній українській владі та її союзникам. Насправді в Україні відсутні ознаки нацизму, а це зокрема: територіальні амбіції, диктатура, пропаганда агресивної війни.

Російські пропагандисти діють за всім давно відомим 4-ступеневим методом конструювання реальності. 1. Подія є в ефірі РФ, але її немає, і ніколи не було в реальному житті («розіп'яти хлопчики», «відрізані голови, відправлені родичам поштою», та ін.); 2. Подія є в житті, вона досить значима, але неприємна власникам ЗМІ, тому в ЗМІ її немає; 3. Подія є в житті, вона вкрай неприємна, тому її спочатку намагаються видати неіснуючою, замовчують. А, коли це стає вже неможливим, подія подається у настільки вивернутому вигляді, що аудиторія вже не розуміє, що сталося насправді; 4. Подія в реалі спочатку замислювалася як медійна, і фактично є частиною загального режисерського задуму (Анексія Криму та подальша війна з Україною).

Основні зусилля пропагандистів, як і раніше, зосереджені на створенні перешкод військово-технічній допомозі Україні з боку США і країн НАТО, особливо у процесі постачання важкого озброєння для України і тим самим набирає нових обертів розповідей війни, де проти

росіян воюють США і НАТО, а не українська армія. Кремль Офіційні зведення Росії щодо втрат України у війні вже перевершили у своїй статистиці бойові можливості ЗС України. Окуповані території України продовжують публічно готувати до приєднання до РФ, демонструючи створення для цього усіх умов (медійне висвітлення цих заходів є тому підтвердженням). Поширюється думка про те, що від України відчувається втомленість та паралельно створюється видимість втомленості населення європейських країн від біженців з України.

Мета проведеного дослідження була дослідити та з'ясувати відношення суспільства до теми російської пропаганди проти України.

На основі проведеного опитування та аналізу емпіричних даних можна дійти наступних висновків щодо соціологічного висновку на тему «Пропаганда – зброя у війні 2022». Виходячи з цієї теми хотілося б простежити, чи підтвердилися зазначені напередодні гіпотези.

Перша гіпотеза: «Молодь Одеси та Одеської області усвідомлює глобальність та сутність проблеми пропаганди як зброї інформаційної війни». Ця гіпотеза повністю підтвердила мої очікування. Значна частина суспільства не розповсюджує неперевірену інформацію, ця кількість сягає 80,5% опитуваних. Серед респондентів лише 14,6% не перевіряють інформацію в інтернеті, а інші опираються лише на надійні факти. Лише 4,9 % серед учасників опитування позитивно ставляться до маніпулювання суспільством, а відповідно 95,1% не підтримує такі методи у суспільстві. Систему пропаганди, створену путінським режимом, слід розглядати як окрему армію та зброю, що веде воєнні дії проти України та світу на території України, на території Росії та у світі загалом. Тому 82,9% вважають пропаганду зброєю Російської Федерації, а 12,2% опитуваних свідчать, що пропаганда «можливо» має форму зброї.

Друга гіпотеза: «Молодь Одеси та Одеської області не сприймає російську пропаганду як достовірну інформацію». Ця гіпотеза так само набирає підтверджень в моєму дослідженні. Питання 14 «Які з цих новин з телеграм-каналів ви прийняли як достовірні?» свідчить про те, що 52% не сприйняв жодну інформацію, яку активно розповсюджували на початку повномасштабного вторгнення. Натомість 35,7% сприйняли інформацію, що розмови та повідомлення громадян прослуховують і прочитують українські спецслужби за правилами «воєнного часу». Респонденти всі активно визначили, що пропаганда зорієнтована на маніпулювання населенням, і введенням в оману.

Третя гіпотеза: «Російська пропаганда поширюється на теренах України через продажних блогерів, журналістів, телеведучих, а саме: через месенджери, соціальні мережі, та фейкові телеграм-канали». Ця гіпотеза стверджує, що кожна третя особа (78%) і досі натрапляє на фейкову (неправдиву) інформацію, пов'язану з перебігом війни, в інтернеті, а 19,5% іноді натрапляють. Респонденти підтвердили, що ро-

сійська пропаганда поширюється майже з кожної інтернет-програми. 33 людини із 40 натрапляли на таку інформацію з телеграм-каналів, які найчастіше за все повідомляють нам новини, 22 людини ознайомились з дезінформацією на просторах соціальних мереж спілкування (Facebook, Instagram, Tik Tok), і 12 зіткнулися на відео-каналах у YouTube.

Четверта гіпотеза свідчить, що російська пропаганда негативно впливає на національний дух українців. Цю гіпотезу можна піддавати сумніву та спростуванню. Більша кількість респондентів (56,1 %) вважають, що національний дух українців не падає від дії ворожої пропаганди. 41,5 % опитаних вважають, що на тимчасово окупованих територіях «можливо» падає український національний дух, а 26,8% вважають що український войовничий дух ніколи не впаде. П'ята гіпотеза: «Молодь Одеси та Одеської області бореться з пропагандою на інформаційних фронтах». 65,9% засвідчують свої прагнення долучитись до дискусій пов'язаних з темою війни Росії проти України в інтернеті, в соціальних мережах, у телеграм-каналах. 78 % подають скаргу на пост, що несе в собі недостовірну інформацію.

Поки російські медіа ширять пропаганду, називаючи геноцид в Україні постановкою, а окупантів, які винищують українські села та міста, — «визволителями», весь світ дізнається жорстоку правду про криваву війну, яку розпочала та веде Росія в Україні. У цей час ми мусимо тримати опір на цифровому фронті — не довіряти фейкам та боротися з ними. Інколи відрізнити їх від справжніх доволі важко, але є певні ознаки на які треба звернути увагу, перш ніж розповсюджувати інформацію.

По-перше, перевіряйте коли саме зняли те чи інше відео (дуже часто стається так, що відео несе дуже давню історію). Перевірте яка на відео погода, якою мовою говорять люди, які присутні дорожні знаки, та ін.

По-друге, завжди звертайте увагу на те, хто публікує той чи інший контент (можливо хтось хоче просто досягти популярності на такій інформації).

По-третє, звертайте увагу на заголовки (неправдиві новини зазвичай мають доволі яскраві назви); також придивіться до адреси і джерела (щоб новини видавались офіційними виданнями).

По-четверте, перевірте чи не присутні орфографічні та пунктуаційні помилки в текстах. Існує кількість чат-ботів, які розпізнають правдиву інформацію від фейкової. Їх можна знайти в пошуку.

На основі проведеного дослідження я дійшла висновку, що молоді люди Одеси та Одеської області ознайомлені проблемою пропаганди як інформаційної війни, вони розуміють масштабність цієї проблеми, доволі активно діють проти цього методу боротьби, і залишаються вірними своїм національно-патріотичним цінностям.

Література

1. Аронсон Е. Епоха пропаганди: механізми переконання / Е. Аронсон. – СПб.: Прайм-Євронзак, 2001. – 384 с.
2. Газета «Закон і Бізнес». Стаття: 8 методів пропаганди: як люди перетворюються на зомбі URL: <https://zib.com.ua/ua/151037.html>
3. Епідемія дезінформації: чому фейки стали частиною нашого життя і як «вакцинуватися». Центр демократії та верховенства права. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/epidemiya-dezinformatsiyi>

Самчук Лариса Сергіївна

*кандидат філософських наук, викладач кафедри філософії,
соціології та менеджменту соціокультурної діяльності
ПНПУ імені К. Д. Ушинського, м. Одеса, Україна
lorasamchuk@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9919-2783>*

Настаченко Дар'я Валеріївна

*магістрант ПНПУ імені К. Д. Ушинського, м. Одеса, Україна
nastachenko.dv@pdpu.edu.ua*

Кіберпростір як результат віртуалізації

З другої половини двадцятого століття, особливо з 1990-х років і до сьогодні, ми спостерігаємо активне впровадження у життя людини інформаційно-комунікативних технологій. Значущість цього процесу для людини і суспільства таке, що дозволяє говорити про формування реальності нового типу – віртуальної реальності, яку також називають кіберпростором. В межах віртуальної реальності ми спілкуємося, навчаємося, робимо покупки, розважаємося тощо. Тому значущість кіберпростору для сучасної людини складно перебільшити, що активізує його дослідження як чинника впливу на людину.

Термін «кіберпростір» вперше використав у 1984 році письменник-фантаст Вільям Форд Гібсон у своєму романі «Нейромант» [1, 62]. Гібсон описував його як узгоджену галюцинацію, яку щоденно і законно переживають мільярди людей, як графічне представлення даних всіх комп'ютерів людства. Історично склалося так, що в 1990-х роках «кіберпростір» фактично став словом для позначення Інтернету та Всесвітньої павутини [6, 415-416]. Однак з все більшим розвитком комп'ютеризації та інформатизації термін «кіберпростір» набув значення реального феномена і став дедалі частіше фігурувати у науковому середовищі.

Ning H. та інші [4] стверджують, що кіберпростір є злиттям трьох окремих просторів: фізичного, соціального та простору мислення. Їхній опис фізичного простору передає ідею про те, що людське спілкування може бути досягнуто не лише шляхом підключення комп'ютерів один до одного, але й за допомогою різноманітної колек-

Наукове видання

У ПОШУКУ НОВИХ СЕНСІВ ПОЛІКУЛЬТУРНОГО СВІТУ. ПОВОЄННИЙ ДІАЛОГ КУЛЬТУР

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково-практичної конференції

(Київ, 2 – 3 лютого 2023 року)

Упорядник: *Валентина Дячук*

Дизайн і верстка *Михайло Гнатюк*

Підп. до друку 08.02.2023. Формат 60×84/16.
Умовн. друк. арк. 13,7. Обл.-вид. арк. 15,2.
Гарн. Times New Roman, Arial. Онлайн-формат.

Видавнича підготовка:

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
(Навчально-виробнича майстерня)

Україна, 01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9, корп. 11, к. 7.

E-mail: nakkim_@ukr.net

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
Серія ДК № 3953 від 12.01.2011 р.*