

УДК 001:007:316.776

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.1\(45\).7](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.1(45).7)

**Н. І. Зражевська**

доктор наук із соціальних комунікацій  
професор кафедри журналістики та нових медіа  
e-mail: [kubg@kubg.edu.ua](mailto:kubg@kubg.edu.ua), ORCID: 0000-0003-3382-8368  
Київський університет імені Бориса Грінченка  
вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, м. Київ, 04053, Україна

## **«ХАОС» ТА «СКЛАДНІСТЬ» ЯК СИСТЕМАТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ**

**Мета статті** – актуалізувати застосування таких понять, як «хаос» і «складність», для аналізу процесів у сучасному інформаційному просторі та дослідити проблеми хаосу в галузі медіаповідомлень, який розглядається як закономірний етап емансипації споживачів і виробників медіа.

**Методологія дослідження** ґрунтується на ідеях і гіпотезах теорії нелінійності в дослідженні масово-комунікаційних процесів, постмодерністській і постструктуралістській хаології в розумінні сучасної інфосфери.

**Результати.** Дослідження випадкових і непередбачуваних процесів у медіа може бути конфігуровано за допомогою методологічного підходу, який використовує «хаос» та «складність» як систематичні інструменти для вивчення сучасного інформаційного простору. Хаос у медіа спровокований також формуванням сучасного порядку денного, оскільки нова комунікаційна парадигма пропонує більше інформації роздрібною, стислою, драматичною, що, у свою чергу, піддає сумніву відчуття її значимості. У статті порушено питання: як і чому працює система селекції, викривлення в медіаповідомленнях, чому досі не знайшлося ефективного інструменту протистояння хаосу в медіа, і чому неможливо в принципі подолати хаотичні процеси як у соціально-культурному просторі, так і конкретно в площині медіакультури. Розглянуто хаос як елемент самоорганізації медіакommунікації, у результаті чого відбувається поштовх до нових процесів розвитку інформаційного простору. Не можна заперечити той факт, що хаос у сучасній інфосфері поступово перетворився на складову, невід’ємну частину реальності, оскільки медіакультура стала тотальною силою сучасності.

**Наукова новизна** статті полягає в тому, що аналіз хаотичних елементів у повідомленні дає можливість зрозуміти природу хаосу в медіакommунікації, його роль у формуванні повсякденних практик, і загалом у масових комунікаціях. Оскільки маніпулятивний і пропагандистський бік масової комунікації усе більше стає нормою новітніх медіа, а маніпуляція та пропаганда, посилені самим хаосом подій і повідомлень про них, то в аналізі сучасного інформаційного простору варто акцентувати увагу на розумінні цих процесів і управлінні ними.

**Практичне значення** результатів дослідження полягає в тому, що вони можуть бути використані в процесі аналізу конкретних медіаповідомлень з метою виявлення комунікативних шумів або випадкових чи навмисних конотацій.

**Ключові слова:** постнекласична парадигма, хаос, складність, непередбачуваність, медіа, інфопростір, ентропія, постправа.

### **I. Вступ**

Сучасні проблеми дезінформації, постправди, брудних технологій і новітніх комунікаційних засобів впливу на масову свідомість потребують глибокого вивчення теоретико-прикладного підґрунтя цих процесів, пояснення, як і чому постмодерністська теорія хаосу успішно перетворилася на практику в новітніх медіа. Саме новітні або нові медіа, що є продуктом неконтрольованого процесу створення й розповсюдження інформації, дуже яскраво вписуються в теорію хаосу. Сучасність стає більш складною, традиційні теорії менш здатні на пояснення, а термін «нові медіа» вже не влаштовує деяких дослідників, оскільки він пояснює особливості сучасних медіа як продукту некласичної епохи, що вийшов з некласичного термінологічного інструментарію й більше не здатний адекватно представляти відповідні комунікаційні реалії цифрової цивілізації, тому пропонують, наприклад, термін «I-Медіа», який трактується як феномен постнекласичної парадигми розвитку теоретичного знання [2].

Якщо розглядати «нові медіа» в такому ракурсі, то вони набувають синергетичного та сингулярного значення, не вписуються в звичайні теорії комунікації й потребують нового інструмента-

рію для розуміння їх специфіки та ролі в сучасному соціокультурному середовищі. Дослідження проблем постправди, фейків, розповсюдження інформаційних шумів через гіпермедіа створюють хаос як в інформаційному просторі, так і в сприйнятті медіареципієнтами. Існують різноманітні організації, що намагаються перевіряти достовірність фактів у медіаповідомленнях, наприклад, міжнародна мережа перевірки фактів IFCN, яка перевіряє факти по всьому світу, але ця організація не може зупинити поширення фейків і дезінформації саме тому, що в теперішній час хаос є закономірним явищем, зумовленим загальними соціально-культурними процесами. Це не означає, що не потрібно відшукувати фейки й дезінформацію, але хаос створює не лише неправдива інформація, а й пропаганда, яка може бути білою, наприклад, і ґрунтується на правдивих повідомленнях. Факт потрапляє в різні культурні, політичні, економічні «поля», він існує в оточенні інтерпретацій та інформаційного перевантаження, коли навіть правдиві повідомлення губляться в інфопросторі. Також на користь хаосу слугують багато факторів сприйняття інформації й повсякденні практики репрезентації. Хаотичні процеси в умовах гіпермедіа є закономірними, тому потребують не лише критики, а й конструктивного аналізу, оскільки впорядкування хаосу в галузі медіаповідомлень може бути тоді можливим, коли зрозуміємо, що хаос є закономірним явищем, яке необхідно досліджувати для створення інструментів керування ним, особливо в царині медіакультури.

Сучасні джерела, що пов'язані із залученням поняття хаосу для аналізу масовокомунікаційних процесів, стосуються насамперед проблем непередбачуваних наслідків розповсюдження фейкових, хаотичних повідомлень, проблем, пов'язаних з природою існування та використання фактів. Українські дослідники І. Михайлин [10], Л. Євтушенко [4], О. Сенченко [15] пропонують різні підходи до розуміння природи хаосу та його ролі в масових комунікаціях. Наприклад, І. Михайлин зазначав, що питання існування факту – це спроба витіснити факт із реальної дійсності у сферу суб'єктивного людського пізнання. На його думку, це поняття все одно є головним чинником у справі верифікації суджень і думок людини, її світобачення, О. Сенченко стверджує, що хаос – це об'єктивне середовище існування природних і соціальних систем, в якому вони зароджуються й розвиваються, а Л. Євтушенко вважає, що варто звернути увагу на категорію модальності, яка спростовує твердження, що інформацію можна редагувати, зберегти, накопичити чи копіювати на якийсь носій. Британський дослідник С. Кеннеді зауважує, що необхідно вивчати хаос у медіа для того, щоб зрозуміти його важливу роль у передачі інформації. С. Манн [18] узагалі надає хаосу великого значення в керуванні соціальними процесами й закликає керувати хаосом для досягнення поставленої мети. Р. Стейсі [19], британський теоретик і професор менеджменту організацій, вважає, що теорія хаосу має великий потенціал для розуміння стратегій і керування майбутніми ризиками. Н. Талеб [16], відомий американський економіст, філософ, соціолог, вважає, що непередбачуваність і випадковість – це явища нашого життя й потрібно бути готовими для їх сприйняття.

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – актуалізувати застосування таких понять, як «хаос» і «складність», для аналізу процесів у сучасному інформаційному просторі та дослідити проблеми хаосу в галузі медіаповідомлень, який розглядається як закономірний етап емансипації споживачів і виробників медіа. Для цього передбачено обговорити обґрунтованість теорії хаосу в контексті масових комунікацій, оскільки нові засоби масової комунікації змінили сучасний інформаційний ландшафт, а нові медіа стали конвергентними й трансмедійними, що викликало ще більше ентропійних і хаотичних процесів у медіасфері. Швидке та хаотичне поширення інформації, особливо через соціальні мережі, потребує аналізу її трансформації на рівні самого явища факту як проблемної категорії, а також у площині масово-комунікаційної парадигми: дослідження хаотичних процесів від комунікатора до аудиторії через канали й до ефектів.

Дослідження хаотичних процесів у галузі медіаповідомлень пов'язані з постнекласичною теорією постмодернізму, а також з теоріями, що сформувалися на основі нових теорій у природничих науках, які з'ясували, що багато явищ як у природі, так і в суспільстві не піддаються статистичним розрахункам та прогнозуванню [20]. Хаотичність природних явищ, погоди, рух рідини, сонячні спалахи, рух часток у кібернетичних системах спровокували розвиток хаології в метрології, антропології, екології, економіці, філософії. Те, що раніше в класичних пояснювальних системах вважали маргінальним, проявом «шумів» зокрема, представники теорії хаосу почали розглядати як повноцінний компонент систем, що може бути важливим для їх існування.

У теорії комунікації шум також стали розглядати спочатку в контексті теорії зв'язку К. Шеннона та теорії управління Н. Віннера, а потім у теорії деконструктивізму, постмодернізму, де представники постнекласичної науки почали використовувати такі поняття, як симуляція, симулякр, інфосфера, інфодемія. Ці терміни позначають явища стану сучасного суспільства й людей у ньому, які перебувають у стані невизначеності, нерозуміння того, що відбувається, оскільки вони живуть у системі ілюзій і образів, продукованих медіа. Якщо взяти за відправну точку комунікативної дії передачу інформації, а в теорії масової комунікації й передачу інформації, факту, то тут також виникає проблема факту як дискурсивного феномену, що існує в контексті

суб'єктно-об'єктних відносин, а це, у свою чергу, провокує множинність репрезентацій та істин, часто хаотичних і непередбачуваних. Маленьке відхилення в початкових процесах у фізичному світі може призвести до непередбачуваних наслідків. А коли йдеться про комунікативну дію, то повідомлення, що спирається, у свою чергу, на факт, стає ще більш вразливим. Оскільки факт має оціночне забарвлення, а в процесі передачі факту саме повідомлення набуває шумів, то в результаті на виході маємо хаос і непередбачуваність смислів, інтерпретацій та ефектів повідомлення.

Теорія нелінійності в дослідженні масово-комунікаційних процесів слідувала за теоретичними розвідками в галузі фундаментальних наук [6, с. 330], а згодом набула статусу фундаментальної в постмодерністській теоретичній парадигмі. Постструктуралісти ввели термін «хаологія» на початку 80-х рр. ХХ ст. Вони спиралися на категорію хаосу, що бере свої витoki з античної космології, де хаос – це щось темне, несформоване, те, із чого був створений усесвіт, і те, у що він перетвориться, коли настане кінець його існування, щоб потім знову дати початок новому всесвіту. Постнекласична наука – постмодернізм з її розумінням хаології як некласичної категорії, що пов'язана з кібернетичною парадигмою, продовжує розвиватися в напрямі синергетичних досліджень у контексті постнекласичної парадигми розвитку теоретичного знання про гіперкомунікацію й нові медіа. Синергетика дає новий повштовх ідеям постмодернізму, сприяє ствердженню нової методології пізнання та всупереч класичним лінійним моделям історії, вираженню нових підходів до неї як принципово відкритих, варіабельних, альтернативних процесів, необхідності передбачуваного «вибору».

### III. Результати

У наш час поняття хаосу стали застосовувати в гуманітарних дослідженнях здебільшого з початком формування теорії постмодернізму.

Дослідник постмодернізму І. Ільїн пише, що постмодерністи вперше відчули зміни загального емоційного клімату в західноєвропейському сприйнятті, вони першими стали провідниками й аналітиками нового світоглядного стану. Він вживає термін Ж. Липовецького «м'який постмодернізм», коли свідомість людини пристосовується до нового постмодернового оточення. «Нова людська свідомість починає більше перейматися якістю життя, приватними цінностями, пошуком індивідуального щастя, автономності. Роль спільної ідеології стає другорядною, її місце посідають приватні ідеології, що пов'язані з переміщенням акценту на індивідуальні потреби, Така тенденція усе більше приводить до погодження з реальністю» [6, с. 329]. Яким чином медіаподія слугує не на користь лінійному сприйняттю, а навпаки, провокує хаос? Множинність інтерпретацій дає змогу керувати фактами, навіть не змінюючи їх, достатньо розмістити їх у потрібний дискурс, фрейм або нарацію. Такий хаотичний стан у галузі передачі інформації посилюється у зв'язку з розвитком сучасних технологій, що сприяло змінам способів комунікації, а це, у свою чергу, викликало суспільні зсуви, які ми тільки починаємо осмислювати.

Теоретики постмодернізму по-іншому розглядали порядок і побудову світу. Для них світ може бути поліцентричним і може зростати з кожної окремої частинки. У ньому може не бути системи, не бути єдності. І якщо він такий, то він уже не може бути осягнутий у своїй єдності. Не може бути охопленим звичними – логоцентричними й спеціалізованими категоріями мислення. Авторам вдалося показати інаковість мережевого світу, почуття безпорадності перед ним і усвідомити необхідність переосмислення реальності [11, с. 65–66].

Категорія хаосу мала важливе значення й у класичній філософії. Наведемо цитату з праці «Загальна природна історія і теорія неба» І. Канта, представника класичної філософії, щодо розуміння природи хаосу: «Внаслідок цього, якщо ми з місця нашого перебування у всесвіті спостерігаємо невидимий, цілком сформований світ і, так би мовити, безліч світів, пов'язаних в одну систему, то це тому, що ми знаходимося, власне кажучи, близько від центру всієї природи, де вона вже розвинулася з хаосу і досягла належної досконалості. Якби ми могли перейти певну сферу, ми побачили б там хаос і розсіювання елементів, які в міру наближення до цього центру частково втрачають грубий стан і наближаються до досягнення досконалості, а в міру віддалення від нього поступово втрачаються в скоєному розсіюванні. Ми побачили б, що нескінченний простір божественної присутності, в якому знаходяться запаси для всіх можливих утворень природи, занурене в тиху ніч, але повно матерії, яка послужить у майбутньому для освітлення світів, і пружин для приведення її в рух; у ній трохи порушуються рухи, унаслідок яких із часом пожвавлюється цей неймовірний пустельний простір. Проте, може бути, низка мільйонів століть, перш ніж та сфера організованої природи, в якій ми знаходимося, досягла досконалості, якою вона тепер володіє; і, може бути, пройде настільки ж довгий період, перш ніж природа зробить інший такий же крок в хаос; але сфера формування природи невпинно прагне розширитися» [7]. І. Кант вважав, що все у світі перебуває в процесі переходу з хаосу в досконалість, хаос є можливостями, він створює світи і є ґрунтом для формування нового. Відомо, що Ф. Ніцше використовував хаос у філософських міркуваннях як основну категорію для розуміння творчої природи людського пізнання. У знаменитому трактаті «Так казав Заратустра» від підкреслює, що хаос є творчим началом: «Я кажу вам треба носити в собі ще хаос, щоб бути в змозі народити зірку, що

танцює» [12]. Кожне явище у світі є впорядкованим і хаотичним одночасно. Це стосується й самого факту.

З одного боку, факти як явища мають об'єктивну природу. З. Вендлер, відомий американський філософ, фахівець з філософії мови, зазначає: «Що ж стосується самих фактів, а також споріднених їм причин, результатів тощо, то вони, так би мовити, зроблені зовсім з іншого матеріалу. По-перше, вони не є створіннями людини в тому сенсі, що вони не належать до результатів мовної або інтелектуальної діяльності. Те, що хтось сказав чи подумав щось, може бути фактом, але цей факт жодним чином не тотожний ухваленій думці або зробленому твердженню. Більше того, можна мати думку про це або про будь-який інший факт, точно так само, як можна робити твердження про цей факт, але те, що є об'єктом думки або твердженням, не належить до фактів як таких; у кращому разі воно може відповідати або не відповідати фактам. Нарешті, існують хибні думки і помилкові твердження, приблизні думки і неточні твердження, але не можуть існувати неістинні факти і приблизні причини. Тільки уявлення (representation) може бути істинним або хибним» [3].

Це твердження природу факту виносить за межі людського сприйняття й вказує на незалежність дійсності від усіх дискурсів та репрезентацій. Коментуючи природу фактів, український дослідник І. Михайлин зазначає: «Огляд філософських концепцій приводить нас до висновку про те, що навіть постмодерністським течіям не до снаги витіснити факт із реальної дійсності в сферу суб'єктивного людського пізнання. Це поняття все одно залишається головним чинником у справі верифікації суджень і думок людини, її світобачення. ...Між реальним світом і журналістикою постав би непрохідний мур, і ми мусили б визнати, що журналістика не годна дати людині й суспільству достовірного знання про дійсність. Тоді вона не мала б рації існування, бо, замість бути відображувальною діяльністю, зводилася б до самодостатньої "гри в бісер"» [10].

Він характеризує подію як «процес, що обов'язково має початок і кінець, має хронологію, перибіг у часі. Завершена подія, переміщена із сучасності в минуле, стає фактом, вона може бути прогнозованою, передбачуваною, очікуваною, а факт пов'язаний із минулим, із тим, що вже відбулося, здійснилося; у мові для повідомлення про факт є дійсний спосіб» [10].

Існує й інший погляд на природу факту, наприклад, американський філософ і науковець, представник аналітичної філософії Х. Патнем вважає, що факт – це річ конвенціональна, ціннісна [13]. Хаос у процесі комунікації виникає як об'єктивний феномен існування факту як ціннісного явища. У будь-якому факті є цінність, тобто інтерпретація. Факти – історично зумовлені, дискурсивно окреслені. Мовою комунікативістики – факти завжди фреймовані. А Ханна Арент, німецько-американський філософ, засновник теорії тоталітаризму, зазначала, що факти, як правило, табуються владними структурами, тому що їх констатація пов'язана з небезпекою. Факти можуть зруйнувати панівну ідеологію, тому їх зазвичай перетворюють на думки [1]. Якщо пов'язати таку установку з теорією хаосу й нелінійністю в постмодерному змісті, то можна проблему існування факту екстраполювати на сучасне розуміння цифрової доби в контексті культури, політики, економіки, науки та естетики, подивитися, що пов'язує їх разом, і сформувані цілісне уявлення, продемонструвати, як критичне мислення може бути конфігуровано за допомогою методологічного підходу, який використовує «хаос» та «складність» як систематичні інструменти для вивчення сучасного інформаційного простору. Факт стає відомим лише через медіаповідомлення, а це передбачає також безліч шумів, фреймів. Факт – це інформація про факт. Ще М. Маклюен стверджував, що «...“повідомленням” будь-якого засобу комунікації, або технології, є така зміна масштабу, швидкості або форми, що привноситься ним у людські справи» [8, с. 10]. Він вважав, що засіб комунікації визначає й контролює масштаби та форму людської дії. Інформація залежить від способу її передачі.

З іншого боку, інформація залежить також від сприймача. Як зазначає українська дослідниця Л. Євтушенко, коментуючи думку Н. Лумана про специфіку інформації, потрібно звернути увагу на категорію модальності, яка спростовує твердження, що інформацію можна редагувати, зберегти, накопичити чи копіювати на якийсь носій: «Як модальну категорію можна розглядати інформацію, як відмінності, що породжують відмінності. Смысл такої модальності визначається специфікою передавання, отримання і розуміння повідомлення. Тобто адресант передає деякий інформаційний код (повідомлення), а адресат – його розшифровує, при цьому надаючи йому власної артикуляції. Інформація, що міститься у повідомленні, – досить відносна одиниця, що виникає у результаті комунікації, а не в результаті пошуку властивостей, об'єктів чи знань, наявних в адресата до початку комунікації. Отож, підсумовує Н. Луман, інформацію не можна редагувати, зберегти, накопичити чи копіювати на якийсь носій. Загальноприйняте твердження про збереження у пам'яті людини чи машини інформації, на думку теоретика, є хибним» [4, с. 29]. Реальність повідомлення в такому ракурсі починає піддаватися сумніву. Н. Луман вважає, що інформація, що міститься у повідомленні, досить відносна одиниця, що виникає в процесі комунікації.

Цікавою є також думка Дж. Александера про те, що смисли є похідними від знакової системи, вони мають певну автономію від соціальної детермінації. Це може означати, що певний факт,

або подія набувають смислового значення не завжди так, як би нам хотілося. Наприклад, ми можемо озвучити або описати факт певними засобами, але їх завжди буде недостатньо, оскільки наша інтерпретація або цінності не завжди повністю відповідають іншим репрезентаціям [5, с. 25–28].

Викладач з медіакомунікацій в Університеті Грінвіча (Великобританія) С. Кеннеді (Stephen Kennedy) вводить концепцію звукової економіки (Sonic Economy) – методології, яка дає змогу критично взаємодіяти з різномірними елементами інформаційного суспільства. Спираючись на широке коло джерел, від Г. Лейбніца та М. Маклюєна до теорії складності, він пояснює, чому неправильно в аналізі медіа спиратися лише на якийсь один тип сприйняття, наприклад, візуальний, особливо коли йдеться про цифровий простір. Chaos Media закликає прислухатися до тих аспектів сучасного медійного середовища, які неможливо візуалізувати. Ідеться про різноманітні шуми, які в теорії інформації мають ключове значення, а в теорії медіа ще мало вивчені. «Шум» у теорії комунікації означає не лише технічні аспекти, викривлення й фреймування інформації, це об'єктивний процес дифузії та перетину інформаційних потоків у процесі потрапляння до мережі, оскільки інформація про факт або подію, повідомлення в цифровому космосі стає невизначеною й хаотичною. Аналіз шумів у повідомленні може дати змогу зрозуміти природу хаосу в повідомленні, його роль у формуванні повсякденних практик і загалом у суспільних комунікаціях [17].

Як зазначає С. Манн, «сам простір цифрової ери пов'язаний з матричною нелінійною структурою мережі, з такою ж матричною структурою різних наративів, а також з природою самих фактів, які, як було зауважено, мають оціночний характер. Крім того, оскільки зростають глобальні комунікації, прогресує економічна взаємозалежність і поширюється демократія, кількість політичного впливу експоненціально стає більшою. До комплексності додається прискорений темп прийняття рішень. Ми наближаємося до чесного розуміння міжнародного оточення й повинні визнати, що воно нелінійно та, на жаль, інтерактивно. Це сильно ускладнює аналіз: нелінійність означає, що акт гри веде до зміни правил» [18]. У США вивчення хаології та застосування теорії хаосу в різноманітних практиках стало пріоритетним напрямом, зокрема в Інституті Санта-Фе, який існує під егідою Пентагону та Державного департаменту. Одним з основних напрямів є складні системи та теорія складності як окремі міждисциплінарні науки. Це вказує на серйозність вивчення нелінійних процесів у суспільстві й природі, зосереджує увагу на ролі хаосу в цих процесах і проблемах керування.

Оксана Сенченко зауважує: «Хаос – це середовище існування природних і соціальних систем, в якому вони зароджуються, розвиваються, адаптуючись до внутрішніх і зовнішніх умов, досягають розквіту і сходять у небуття під ударами стихії того самого детермінованого хаосу» [15]. Дійсно, необхідно досліджувати конструктивну роль хаосу в соціальних системах, оскільки він перебуває в основі формування складних структур і синхронізує процеси еволюції елементів системи завдяки прискоренню одних подій і уповільненню других. «Випадкові хаотичні блукання елементарних процесів у соціальній системі формують точку біфуркації, в якій виникають структури-атрактори, найсильніша з яких виводить систему на нову траєкторію розвитку» [15].

Останні події, пов'язані з коронавірусом, показали, що засоби масової комунікації буквально вибухнули повідомленнями про подію, які суперечать одне одному в трактуванні й представленні цієї події (різноманітні версії й тлумачення, теорії зговору та різні експертні висновки – це справжній хаос, який неможливо впорядкувати й осмислити). Така ситуація в принципі може бути прив'язана до концепції – влади та контролю в засобах масової інформації – кому й чому вигідно висвітлювати подію тим чи іншим чином, хоча спонтанність і непередбачуваність повідомлень можуть бути наслідками хаотичних процесів, що не залежать від навмисно сконструйованого порядку денного. Суб'єктне висвітлення не тільки в соціальних мережах, а й у сучасній журналістиці вже стає трендом, мейнстримом, офіційні джерела та блоги, або приватні повідомлення в соціальних мережах здебільшого мають рівноцінну вартість, публіка їм довіряє або не довіряє однаково. Такий суб'єктивний підхід до висвітлення подій, передачі фактів має цілком хаотичний вигляд. Цікаво це прослідкувати в коментарях до повідомлень у соціальних мережах, де спостерігаємо не лише інтерпретацію повідомлення, а й власні версії, гіперпосилання, тролінг, хейтинг тощо. У результаті сприймачу стає цікавою вже не подія або факт, а їх оцінка, що також може бути оцінене як упередженість, оскільки є камертоном власного сприйняття, що жодним чином не пов'язане з подією. Така гіпертекстова матрична структура сучасних медіа відповідає структурі повсякденного життя людини, яка занурена в їх світ. Повсякдення стає здебільшого не феноменологічною категорією, а основним стилем життя, коли власне переживання дійсності є важливішим, ніж реальність життя, реальність і факти якої для людини стають другорядними. Ідеології на рівні повсякденних уявлень для багатьох стають більш вагомими, ніж загальні державні ідеології, тому людина шукає в медіа те, що відповідає її запитам, незважаючи на те, наскільки обґрунтовані факти. Також варто зауважити, що спостерігається тенденція скорочення медіатекстів відповідно до того, що сприймачі інформації вже не бажають читати довгі тексти,

тому стислість подачі інформації тепер стає мейнстримом, оскільки сучасна людина, що отримує факти здебільшого через інтернет, зазвичай не читає великих текстів, а зразу шукає швидку відповідь на поставлені питання. Ще однією ознакою хаосу повідомлень стає драматургічний кут подачі матеріалу, оскільки він нагадує казкові сюжети, апелює до архетипів і дає змогу зачепити почуття та запропонувати катарсис. Драматизм передбачає конфлікт та його загострення, чим більше конфліктів, тим більше читачів, тим більше лайків, тим більше прибутку.

Медіа таким чином стають привабливими і цікавими, тому що повідомлення про подію стає більш коротким, драматичним, видовищним та конкретним, щоб забезпечити найбільший вплив на свідомість. Виникає симульована реальність, коли картина світу зникає, закономірності втрачені, і починає панувати хаос. У цій ситуації порядок денний здебільшого формують відповідно не до суспільної важливості фактів, а до їх здатності привернути увагу. Таким чином, хаотичність подій цілком вписується у формування порядку денного нової комунікаційної парадигми, чим більше інформації роздрібною, стислою, драматичною інформацією, тим менше відчуття значущості. Отже, інформація не є стабільним, контрольованим товаром, це динамічний актант, ключове джерело структурування культурних образів. Прийняття підходу теорії хаосу в галузі медіакомунікацій може мати значні переваги, оскільки дасть змогу віднайти ті важливі ланцюги закономірностей і випадковостей, які будуть важливими для розуміння процесів у медіасфері й медіакulturі загалом.

Відомо, що життя підпорядковується певним закономірностям, але водночас у ньому відбуваються хаотичні процеси. У соціальному житті хаотичність подій виступає у формі непередбачуваних випадків, збігу обставин. Система соціального життя завжди існує як процес упорядкування, номінації, систематизації. Водночас хаос присутній навіть у дуже впорядкованих системах. Стосовно медіа подія є головним об'єктом інтерпретації, отже, подія як хаос у медіа – це певний випадок, з одного боку, з іншого – подія – це об'єкт інтерпретації суб'єкта медіаповідомлення, що також є непередбачуваним і, можна сказати, хаотичним.

У системі демократичних соціальних відносин упорядкування інформації здійснюється завдяки певним нормам і принципам комунікації, але новітні медіа все більше нехтують журналістськими, етичними, мовними, навіть логічними принципами. Більше того, маніпулятивний і пропагандистський бік комунікації все більше стає нормою й вагою новітніх медіа. Маніпуляція та пропаганда стикаються з хаосом подій і повідомлень про них, якими вони намагаються керувати. Для цього використовують різноманітні засоби конструювання події, створення псевдореальності, постправди тощо. Упорядкування хаосу стає найважливішим завданням в умовах тотально хаотичного потоку інформації, особливо в соціальних медіа. З іншого боку, С. Манн пише: «Ми можемо багато чого навчитися, якщо розглядати хаос і перегрупування як можливості» [18].

Це означає, що подія або факт як хаос буде існувати в інформаційному просторі завжди, тому що процеси в природі та в суспільному житті залишають місце непередбачуваним наслідкам. Ця думка С. Манна перегукується з ідеями Ф. Ніцше про творчу природу хаосу, якщо впорядкувати життя й не залишити місце хаосу, зникне прогрес, люди припинять критично й незалежно мислити.

Інтернет і соціальні мережі побудовані хаотично, мозаїчно, гіпертекстово. Медіа сьогодні перебувають у процесі мультимедійності, кросмедійності, трансмедійності. Крім цього, медіа перебувають в умовах економічних процесів, коли необхідно продати інформаційний продукт, і процесів, що відбуваються всередині журналістської парадигми (суб'єктивний або новий журналізм, блогерство тощо). Дуже часто в хаосі повідомлень усе важче знайти релевантну інформацію. Інформаційне різноманіття, а подекуди й інфосміття, забирає увагу, інформація обесцінюється, інтернет замість місця для спілкування стає простором непорозуміння, суперечливих суджень або дезінформації. Важливі речі розчиняються, перемішуються з хаосом розваг, банальностей, а здатність протистояти такому стану речей зменшується. Отже, ми бачимо, що хаотичний потік інформації стикається з хаотичними процесами в суспільстві й хаотичним мисленням приймачів інформації. Усі відомі ознаки нових медіа: мозаїчність, гіпертекстовість, інтертекстуальність – здебільшого створюють ілюзію інформативності, а інколи існують у полі симулякрів і фейків. Але й сам факт необхідно розглядати в різних ракурсах: культурному, політичному, економічному, естетичному, науковому тощо. Крім цього, факт існує в епістемологічному просторі як сукупності векторів пізнання в усіх видах дискурсу в цей історичний період, а повідомлення завжди є дискурсивним утворенням. Повідомлення як продукт комунікації має кілька змін, головними з яких є породження й інтерпретації тексту. Наприклад, факт пандемії сам по собі нейтральний, але в контексті економічному й політичному контекстах набуває різного значення.

Насім Талеб, відомий американський економіст, соціолог і філософ, переконаний, що розуміння ентропії в соціальних процесах дає змогу вважати її елементом еволюції складних систем, коли за цими процесами йде зворотний процес еволюції складних систем у бік їх упорядкованості завдяки активному втручання розумних акторів. Вони діють у цих системах і використовують інформацію про навколишній світ для генерації знань, з метою надання соціально-політичним процесам упорядкованості, а самій системі – організованості і стійкості. У результаті система

приходить до стану стійкості своєї макроструктури, що зберігається надалі за допомогою механізму негативних зворотних зв'язків до настання нового кризового стану [16].

Таке розуміння процесів у соціальному світі може бути поширене на сьогоденне медійне середовище, для якого характерні турбулентність і нестабільність.

Сьогодні можна спостерігати відсутність обов'язкової зумовленості виникнення хаосу в комунікативному просторі лише соціальними, економічними, політичними й культурними факторами. Джерелом виникнення, ескалації та подальшого вирішення конфліктної ситуації можуть виступати засоби масової інформації, причому в деяких випадках соціальний конфлікт або суперечність можуть виникнути навіть тоді, коли, здавалося, відсутні об'єктивні передумови і видимі підстави до їх появи [14]. Ральф Дуглас Стейсі, британський теоретик і професор менеджменту організацій, є одним з піонерів у вивченні проблем складності для розуміння процесів, що відбуваються в організаціях, вважає, що теорія хаосу має великий потенціал для розуміння стратегій і керування майбутніми ризиками. У царині масової комунікації спостерігаємо велику кількість медіаагентів (журналістів, продюсерів, редакторів), кожен з яких має свої принципи та стратегії, вони також самоорганізуються, оскільки модель поведінки в медіасистемі виникає й розвивається в результаті взаємодії між агентами. У результаті такої взаємодії виникають різноманітні процеси, зокрема, замість того, щоб направляти потік інформації, вузли такої мережі передають інформацію в усіх напрямках одночасно. Таким чином виникає хаотична система, яка вимагає нових підходів для її розуміння [19, с. 251]. Чи був закономірним другий Майдан в Україні, чи вийшли б люди на вулицю, якщо б Мустафа Наєм, відомий журналіст, не кинув заклик у соціальних мережах на захист студентів?

У галузі медіаспоживання виникають різноманітні групи боротьби з фейками, в Україні, наприклад, Детектор Медіа, Stopfake.org, сайти перевірки фактів fact checking. Видання ABC News, The Associated Press, The New York Times запустили окремі вебсторінки або спеціальні розділи, присвячені fact checking. Деякі сайти (FactCheck.org, Politifact.com, Snopes.com) відкрилися з метою моніторингу публікацій у медіа, що вміщують неправдиву інформацію, а з 2015 р. запроваджена Міжнародна мережа фактчекінгу Інституту Пойнтера (International Fact-Checking Network, Poynter Institute). Організації можуть включити, на нашу думку, дослідження процесів виникнення ентропії в складних соціальних системах типу медіавиробництва й медіарозповсюдження, що може допомогти, зокрема, процесу впорядкування непередбачених процесів у галузі медіа. Це означає не лише виявлення фейкової інформації, а й вивчення нових підходів до керування хаосом для використання цих знань на користь суспільства. Якщо ми не можемо зупинити хаос повідомлень, ми повинні навчитися ним керувати.

Ще одним з інструментів розуміння важливості вивчення хаотичних процесів у медіа є медіаграмотність. Джон Пандженте (John Pungente) вивів ключові принципи медіаграмотності, що дають змогу краще вивчати медіапродукти, особливо ті їх особливості, які ілюструють факт, що медіа передають подію різними засобами, що вони наголошують на різних аспектах повідомлення, зрештою, людина повинна мати здатність уловлювати нюанси в поданні інформації [9, с. 12–13]. Один з них – вивчення хаотичних процесів у медіа, їх природи, розвитку, згасання, їх творчого й руйнівного аспектів.

#### **IV. Висновки**

У сучасному світі новини поширюються швидше й відображаються миттєво в різних куточках світу, тому лінійні моделі культурного контролю зверху вниз уже не можуть пояснити процесів, що відбуваються в суспільстві. Інформації стає більше, і її швидкість прискорюється – це провокує хаос, але там, де панує хаос і безлад, є перспектива еволюції та прогресивних змін. Погоджуємося з думкою, що культурний хаос може бути як руйнівним, так і творчим. З одного боку, хаотичні новини можуть призвести до терору й фейків, з іншого – стимулювати дослідників до пошуку нових методів боротьби за негентропію й нові перспективи розвитку медіа та культури. У ситуації нестабільності актуалізуються хаотичні елементи, маргінальні суб'єкти соціуму, хейтери, фабрики ботів, що виникають під впливом зростання соціальної ентропії. Це може призвести до соціальних конфліктів, також ускладнити роботу як державних інститутів, так і вплинути на громадський устрій та повсякденне життя людини. Напруження, що виникає, призводить до виникнення сил опору на різних рівнях соціальної взаємодії.

Якщо розглядати виникнення хаосу в галузі медіапповідомлень, то варто зазначити, що це закономірний етап еманіпації споживачів і виробників медіа. Соціальний порядок і хаос – в історії закономірні процеси існування складної структури, зокрема Н. Талеб вважає, що розуміння непередбачених процесів полягає не в бажанні точного передбачення подій, а в розумінні того, що непередбачуваність і випадковість – це явища нашого життя й потрібно бути просто готовими для їх розуміння.

Неможливо в сучасних умовах демократизації медіасфери бачити лише одну «правильну» інтерпретацію факту. Якщо ми хочемо бачити лише такий факт, який не має інтерпретацій, то будемо мати тоталітарну медіасистему, де факт і подія будуть подані лише в одному контексті. З іншого боку, сучасна медіасфера перенасичена інформацією, що інтерпретує й маніпулює фа-



ктами. Інколи такий процес називають інфодемією, за прикладом пандемії коронавірусу, інколи медіавірусами, але вірус як хакерська програма змушує вигадувати все більш системи захисту, стимулює технологічні розробки та наукові пошуки. Боротьба з інфодемією – це боротьба за впорядкування інформації та боротьба за факти, за релевантну й ціннісну інтерпретацію фактів, і це, у свою чергу, приводить до нових етапів розвитку технологій і соціальної структури.

Варто пам'ятати, що будь-який медіапродукт – це сконструйована реальність, він може бути релевантним або перебувати в процесі ентропії й відхилення від реальних фактів. Медіа здебільшого не відбивають реального світу, а селектують події, факти, що також призводить до хаосу, тому медіаграмотність допомагає руйнувати такі штучно створені конструкції, розуміти, як і чому працює система селекції, викривлення, чому досі не знайшлося ефективного інструменту протистояння хаосу в медіа, і чому неможливо в принципі подолати хаотичні процеси як у соціально-культурному просторі, так і конкретно в площині медіакультури.

Важливо зазначити, що підвищення рівня медіаграмотності, а також рівня теоретико-прикладних досліджень повинно привести до поліпшення критичного аналізу тексту, до розуміння глибинних процесів трансформації сучасного інформаційного простору й закономірностей хаотичних процесів у ньому. Процес відстеження фактів у такому ракурсі передбачатиме не лише знання принципів пошуку та правдивої інформації, а ще й уміння критично мислити, піддавати сумніву самі факти, ставити їх у контекст суспільно-політичних, історико-культурних процесів і дискурсивних практик. Цей процес пов'язаний не лише з медіаграмотністю, а й із загальним рівнем освіти, що передбачає в сучасних умовах здатність і вміння простежувати процеси, приховані від нас, щоб зрозуміти, де й коли відбувся цей «помах крила метелика», який спричинив глобальні зсуви або перетворення, причини яких бачимо в непередбачуваних і складних процесах, які здебільшого і є лише закономірним етапом, який, врешті-решт, приведе до нових і кращих системних зрушень у галузі масових комунікацій. Робимо висновок, що прийняття підходу теорії хаосу може мати значні переваги для теорії масової комунікації, однак наступним етапом повинен бути перехід від загальнотеоретичних обґрунтувань до емпіричних досліджень, щоб підтвердити нашу гіпотезу про складність комунікацій у нових медіа та їх здатність до самоорганізації.

#### Список використаної літератури

1. Арентс Х. Між минулим і майбутнім / пер. з англ. Вілен Черняк. Київ : Дух і Літера, 2002. 321 с.
2. Богоявленский А. Е. I-Медиа как постнеклассический формат публичных коммуникаций. URL: [https://kpfu.ru/uz-rus/hum/arhiv/i-media-kak-postneklassicheskij-format-publicnyh\\_326536.html](https://kpfu.ru/uz-rus/hum/arhiv/i-media-kak-postneklassicheskij-format-publicnyh_326536.html) (дата обращения: 19.11.2020).
3. Вендлер З. Факты в языке. URL: <http://abuss.narod.ru/Biblio/vendler2.htm> (дата обращения: 19.11.2020).
4. Євтушенко Л. Німецькі науково-практичні студії журналістики і соціальних комунікацій. *Світ соціальних комунікацій* : наук. журн. 2012. Т. 5. С. 29–37.
5. Зражевська Н. І. Культуральна соціологія в дослідженні медіа культури. *Світ соціальних комунікацій* : наук. журн. 2012. Т. 5. С. 25–28.
6. Ильин И. Постмодернизм. Словарь терминов. Москва : ИНИОН РАН – INTRADA, 2001. 384 с.
7. Кант И. Всеобщая естественная история и теория неба. URL: <http://bourabai.kz/kant/nebo00.htm> (дата обращения: 19.11.2020).
8. Маклюен М. Понимание медиа: внешнее расширение человека. Москва : Гиперборея ; Кучково поле, 2007. 464 с.
9. Медіаосвіта і медіа грамотність : підручник для студентів педагогічних коледжів. Київ : Центр вільної преси, 2014. 431 с.
10. Михайлин І. Природа факту в площині журналістики. URL: <http://www.kafedrajourn.org.ua/media/1542> (дата звернення: 19.11.2020).
11. Назарчук А. В. Сетевое общество и его философское осмысление. *Вопросы философии*. 2008. № 7. С. 65–66.
12. Ніцше Ф. Так казав Заратустра. URL: [https://chtyvo.org.ua/authors/Nietzsche\\_Friedrich/Tak\\_kazav\\_Zaratustra/](https://chtyvo.org.ua/authors/Nietzsche_Friedrich/Tak_kazav_Zaratustra/) (дата звернення: 19.11.2020).
13. Патнем Хилари. Разум, истина и история. Москва : Праксис, 2002. 296 с. URL: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/Patnem-history.html> (дата обращения: 19.11.2020).
14. Ротман Д. Г., Посталовский А. В., Расолько И. Д. Социальные медиа в информационном поле Республики Беларусь. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/38548447.pdf> (дата обращения: 19.11.2020).
15. Сенченко О. Конструктивна роль «керованого хаосу» в еволюції соціальних систем. URL: [https://sp-sciences.io.ua/s2573975/senchenko\\_oksana\\_2016.\\_the\\_constructive\\_role\\_of\\_controlled\\_chaos\\_in\\_the\\_evolution\\_of\\_social\\_systems.\\_social\\_and\\_human\\_sciences.\\_polish-ukrainian\\_scientific\\_journal\\_03\\_11\\_](https://sp-sciences.io.ua/s2573975/senchenko_oksana_2016._the_constructive_role_of_controlled_chaos_in_the_evolution_of_social_systems._social_and_human_sciences._polish-ukrainian_scientific_journal_03_11_) (дата обращения: 19.11.2020).



16. Таліб Н. Н. Чёрный лебедь. Под знаком непредсказуемости / пер. с англ. В. Сонькина, А. Бердичевского, М. Костионовой, О. Попова ; под ред. М. Тюнькиной. Москва : Колибри, 2009. 528 с. URL: <https://taleb.ru/books/chernyj-lebed.-taleb-nassim.pdf> (дата обращения: 19.11.2020).
17. Stephen K. Chaos Media: A Sonic Economy of Digital Space. 1st edition. London : New Dehli : New York : Sydney, Bloomsbury Academic, 2015. 194 p.
18. Mann S. R. Chaos theory in strategic thought. *Parameters*. 1992. Vol. 22. P. 54–68.
19. Stacey R. D. Strategic Management and Organisational Dynamics: The Challenge of Complexity to Ways of Thinking About Organisations Paperback – 5 Jan. Financial Times/ Prentice Hall. 5th edition. 2007. 496 p.
20. Wisdom J. Chaotic behavior in the Soar system. London, 1987. URL: <https://groups.csail.mit.edu/mac/users/wisdom/chaoticss.pdf> (date of request: 19.11.2020).

#### References

1. Arendt, Kh. (2002). Mizh mynulym i majbutnim [Between past and future]. (V. Chernjak, trans.). Kyiv: Dukh i Litera [in Ukrainian].
2. Boghojavlenskyj, A. E. I-Media kak postneklassicheskij format publichnyh kommunikacij [I-Media as a post-non-classical format of public communications]. Retrieved from [https://kpfu.ru/uz-rus/hum/arhiv/i-media-kak-postneklassicheskij-format-publichnyh\\_326536.html](https://kpfu.ru/uz-rus/hum/arhiv/i-media-kak-postneklassicheskij-format-publichnyh_326536.html) [in Russian].
3. Vendler Z. Fakty v jazyke [Facts in language]. Retrieved from <http://abuss.narod.ru/Biblio/vendler2.htm> [in Russian].
4. Jevtushenko, L. (2012). Nimeckji naukovopraktychni studiji zhurnalistyky i socialnykh komunikacij [German scientific and practical studies of journalism and social communications]. *Svit socialnykh komunikacij* : nauk. zhurn., 5, 29–37 [in Ukrainian].
5. Zrazhevsjka, N. I. (2012). Kuljturnaljna sociologhija v doslidzhenni mediakuljturny [Cultural sociology in the study of media culture]. *Svit socialnykh komunikacij*: nauk. zhurn., 5, 25–28 [in Ukrainian].
6. Yljyn, Y. (2001). Postmodernizm. Slovarj termynov [Postmodernism. Glossary of terms]. Moskva: YNYON RAN – INTRADA [in Russian].
7. Kant, I. Vseobshhaja estestvennaja ystoryja y teoryja neba [General natural history and theory of the sky]. Retrieved from <http://bourabai.kz/kant/nebo00.htm> [in Russian].
8. Makljuen, M. (2007). Ponymanje medya: vneshnee rasshyrenje cheloveka [Understanding media: the external extension of a person]. Moskva: Ghyperboreja, Kuchkovo pole [in Russian].
9. Mediaosvita i mediaghramotnistij: pidruchnyk dlja studentiv pedagoghichnykh koledzhiv [Media education and media literacy: a textbook for students of pedagogical colleges]. (2014). Kyiv: Centr viljnoji presy [in Ukrainian].
10. Mykhajlyn, I. Pryroda faktu v ploshhyni zhurnalistyky [The nature of fact in the field of journalism]. Retrieved from <http://www.kafedrajourn.org.ua/media/1542> [in Ukrainian].
11. Nazarchuk, A. V. (2008). Setevoe obshhestvo i ego filosofskoe osmyslenie [Networked society and its philosophical understanding]. *Voprosy filosofii*, 7, 65–66 [in Russian].
12. Nicshe, F. Tak kazav Zaratustra [So said Zarathustra]. Retrieved from [https://chtyvo.org.ua/authors/Nietzsche\\_Friedrich/Tak\\_kazav\\_Zaratustra/](https://chtyvo.org.ua/authors/Nietzsche_Friedrich/Tak_kazav_Zaratustra/) [in Ukrainian].
13. Patnem Khylyary (2002). Razum, ystyna y ystoryja [Reason, truth and history]. Moskva: Praksys. Retrieved from <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/Patnem-history.html> [in Ukrainian].
14. Rotman, D. Gh., Postalovskij A. V. & Rasoljko Y. D. Social'nye media v informacionnom pole Respubliki Belarus' [Social media in the information field of the Republic of Belarus]. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/38548447.pdf> [in Russian].
15. Senchenko, O. Konstruktyvna rolj «kerovanogho khaosu» v evoljuciji socialnykh system [Constructive role of «shaved chaos» in the evolution of social systems]. Retrieved from [https://sp-sciences.io.ua/s2573975/senchenko\\_oksana\\_2016.\\_the\\_constructive\\_role\\_of\\_controlled\\_chaos\\_in\\_the\\_evolution\\_of\\_social\\_systems.\\_social\\_and\\_human\\_sciences.\\_polish-ukrainian\\_scientific\\_journal\\_03\\_11\\_](https://sp-sciences.io.ua/s2573975/senchenko_oksana_2016._the_constructive_role_of_controlled_chaos_in_the_evolution_of_social_systems._social_and_human_sciences._polish-ukrainian_scientific_journal_03_11_) [in Ukrainian].
16. Taleb, N. N. (2009). Chjornyj lebed'. Pod znakom nepredskazuemosti [Black Swan. Under the sign of unpredictability]. (V. Sonjkyina, A. Berdychevskogho, M. Kostyonovoj, O. Popova, (trans.) ; M. Tjunjkynoj (ed.). Moskva: Kolybry. Retrieved from <https://taleb.ru/books/chernyj-lebed.-taleb-nassim.pdf> [in Russian].
17. Stephen, K. (2015). Chaos Media: A Sonic Economy of Digital Space. 1<sup>st</sup> edition. London: New Dehli: New York: Sydney, Bloomsbury Academic [in English].
18. Mann, S. R. (1992). Chaos theory in strategic thought. *Parameters*, 22, 54–68 [in English].
19. Stacey, R. D. (2007). Strategic Management and Organisational Dynamics: The Challenge of Complexity to Ways of Thinking About Organisations Paperback – 5 Jan. Financial Times/ Prentice Hall. 5th edition [in English].

20. Wisdom J. (1987). Chaotic behavior in the Soar system. London. Retrieved from <https://groups.csail.mit.edu/mac/users/wisdom/chaoticss.pdf> [in English].

Стаття надійшла до редакції 17.11.2020.

Received 17.11.2020.

**Zrazhevska N. «Chaos» and «Complexity» as Systematic Tools for Studying Modern Information Space**

*The purpose of the article is to update the application of such concepts as «chaos» and «complexity» for analyzing processes in the modern information space and to investigate the problems of chaos in the field of media messages, which is considered as a natural stage in the emancipation of consumers and media producers.*

**Research methods.** *In the analysis of this topic, the study use the idea and hypothesis of the theory of nonlinearity in the study of mass communication processes, as well as postmodern and post structural chaology in the understanding of the modern infosphere.*

**Results.** *We argue that the study of random and unpredictable processes in media can be configured using a methodological approach that uses «chaos» and «complexity» as systematic tools to explore the modern information space. The chaos in the media is also provoked by the shaping of the modern agenda, since the new communication paradigm offers more fragmented, concise, dramatic information, which in turn calls into question the sense of its significance. The article poses the following problems: how and why the selection system works, distortions in media messages, why no effective tool has yet been found to resist chaos in the media, and why it is impossible in principle to overcome chaotic processes both in the socio-cultural space and directly in the plane of media culture. The article examines chaos as an element of self-organization of media communication, as a result of which there is an impetus to new processes of development of the information space. We cannot deny the fact that chaos in the modern infosphere has gradually become an integral, component part of reality, since media culture has become a total force of modernity.*

**Novelty** of the article lies in the fact that the analysis of chaotic elements in a message makes it possible to understand the nature of chaos in media communication, its role in the formation of everyday practices and, in general, in mass communications. Since the manipulative and propaganda side of mass communication is increasingly becoming the norm and value of new media, and manipulation and propaganda are intensified by the very chaos of events and messages about them, then in the analysis of the modern information space, attention should be focused on understanding and managing these processes.

**The practical significance** of the research results lies in the fact that they can be used in the process of analysing specific media messages in order to identify communicative noises or accidental (or intentional) connotations.

**Key words:** *post-non-classical paradigm, chaos, complexity, unpredictability, media, info space, entropy, post-truth.*

**Зражевская Н. И. «Хаос» и «сложность» как систематические инструменты для изучения современного информационного пространства**

**Цель статьи** – актуализировать применение таких понятий, как «хаос» и «сложность», для анализа процессов в современном информационном пространстве и исследовать проблемы хаоса в области медиасообщений, который рассматривается как закономерный этап эмансипации потребителей и производителей медиа.

**Методология исследования** основана на идеях и гипотезах теории нелинейности в исследовании массово-коммуникационных процессов, постмодернистской и постструктуралистской хаологии в понимании современной инфосферы.

**Результаты.** *Исследование случайных и непредсказуемых процессов в медиа может быть сконфигурировано с помощью методологического подхода, который использует «хаос» и «сложность» как систематические инструменты для изучения современного информационного пространства. Хаос в медиа спровоцирован также формированием современной повестки дня, поскольку новая коммуникационная парадигма предлагает больше информации раздробленной, сжатой, драматической, что, в свою очередь, ставит под сомнение ощущение ее значимости. В статье поставлены вопросы: как и почему работает система селекции, искажения в медиасообщениях, почему до сих пор не нашлось эффективного инструмента противостояния хаосу в медиа, и почему невозможно принципе преодолеть хаотические процессы как в социально-культурном пространстве, так и непосредственно в плоскости медиакультуры. В статье рассмотрен хаос как элемент самоорганизации медиакommunikации, в результате чего происходит толчок к новым процессам развития информационного пространства. Нельзя отрицать тот факт, что хаос в современной инфосфере постепенно превратился в составляющую, неотъемлемую часть реальности, поскольку медиакультура стала тотальной силой современности.*

**Научная новизна** статьи заключается в том, что анализ хаотических элементов в сообщении позволяет понять природу хаоса в медиакоммуникации, его роль в формировании повседневных практик и в целом в массовых коммуникациях. Поскольку манипулятивная и пропагандистская сторона массовой коммуникации все больше становится нормой и ценностью новых медиа, а манипуляция и пропаганда усилены и самым хаосом событий и сообщений о них, то в анализе современного информационного пространства следует акцентировать внимание на понимании и управлении этими процессами.

**Практическое значение** результатов исследования заключается в том, что они могут быть использованы в процессе анализа конкретных медиасообщений с целью выявления коммуникативных шумов или случайных или преднамеренных коннотаций.

**Ключевые слова:** постнеклассическая парадигма, хаос, сложность, непредсказуемость, медиа, инфопространство, энтропия, постправда.

**С. А. Козиряцька**

кандидат наук із соціальних комунікацій  
доцент кафедри культурології та українознавства  
e-mail: [kozyriatska@gmail.com](mailto:kozyriatska@gmail.com), ORCID: 0000-0003-4372-6082  
Запорізький державний медичний університет  
проспект Маяковського, 26, м. Запоріжжя, 69000, Україна

## УКРАЇНСЬКИЙ МЕДІАПРОСТІР У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ: РЕЛІГІЙНИЙ АСПЕКТ

**Мета статті** – вивчити особливості презентації українськими ЗМІ новин на релігійну тематику та самопрезентації християнських конфесій в українському медіапросторі під час пандемії.

**Методологія дослідження.** Відповідно до мети під час дослідження було застосовано комплекс таких методів, як спостереження (для збирання первинних емпіричних матеріалів), індуктивно-дедуктивний (для визначення та опису особливостей повідомлень на релігійну тематику); порівняння, аналізу, узагальнення.

**Результати.** За результатами аналізу заголовкового комплексу та змістового наповнення матеріалів ЗМІ виділено такі тенденції в українському медіапросторі: 1) визнання церкви як інституції загалом причиною спалахів COVID-19 по регіонах (на початку 2020 р.); 2) особливий інтерес до УПЦ МП через порушення нею карантинних приписів і зростання статистики захворюваності та акцент на цій конфесії в новинах; 3) маніпуляції в заголовках інтернет-публікацій з метою привертання уваги до самого повідомлення чи видання загалом; 4) неточність у фактах; 5) використання заяв церковних ієрархів у заголовках повідомлень без маркування прямої мови. Визначено особливості самопрезентації християнських конфесій у медійному просторі: 1) УПЦ МП – від войовничого запалу (заклики до ігнорування карантинних приписів, беззаперечної віри в силу ритуалу) через часткове прийняття ситуації (одночасне запрошення до участі в контактних релігійних практиках і декларування «дотримання соціальної дистанції») до позиції «жертви» («мученика, що зазнає гоніння») внаслідок потужного натиску з боку ЗМІ; 2) ПЦУ та УГКЦ – підкреслена демонстрація соціальної відповідальності й готовності до змін згідно з вимогами часу.

**Наукова новизна** полягає в тому, що визначено тенденції у висвітленні новин релігійної тематики під час пандемії (2020 р.) та особливості самопрезентації християнських конфесій в українському медіапросторі.

**Практичне значення.** Результати дослідження можуть бути використані під час комплексного вивчення релігійної журналістики в Україні та як навчальний матеріал у процесі підготовки майбутніх журналістів.

**Ключові слова:** медіапростір, релігійна тематика, фактчекінг, заголовки, самопрезентація.

### I. Вступ

Пандемія коронавірусної хвороби стала в Україні лакмусовим папірцем для багатьох інституцій суспільства, своєрідним іспитом, який вони проходять з погляду відповідальності, сумлінного ставлення до своїх обов'язків, дотримання декларованих раніше істин. Відтак до релігійних організацій, що, за даними багатьох соціологічних досліджень, і до сьогодні зберігають високий рівень довіри до них з боку громадян, прикута особлива увага. Їх діяльність, публічні звернення та заяви у «часи турбулентності» викликають особливий резонанс у суспільстві і стають певним орієнтиром для вірян, оскільки статус мовця апіорі надає особливої ваги його повідомленням. Як платформу для трансляції своїх поглядів церкви часто обирали й обирають ЗМІ (як традиційні, так і мережеві). З іншого боку, українські медіа як «джерело натхнення» для повідомлень на релігійну тематику також обирали релігійні організації, особливо християнські конфесії, які протягом 2020 р. постійно забезпечували інформаційні приводи. Особливо активно новини, які стосуються релігійної сфери, почали з'являтися з початком пандемії, коли церкви як інституції, що передбачають масові зібрання, контактні ритуали (цілування ікон, участь у таїнстві євхаристії), які були прийнятними в «докоронавірусні» часи, почали публічно окреслювати свою позицію щодо цього або вже постфактум ставали «героями» сюжетів і публікацій із цим пов'язаних. Таким чином, контент вітчизняних і конфесійних ЗМІ викликає цікавість як з погляду самопрезен-