

УДК 316.77:316.64(100+477)

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2025-3-2-22>

Марина БАЙДА

доктор філософії, доцент, доцент кафедри інформаційних технологій, Київський національний університет культури і мистецтв, вул. Є. Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01133

ORCID: 0000-0002-0870-2176

Бібліографічний опис статті: Байда, М. (2025). Медіа як середовище ідентифікації: глобальні виклики й локальні реакції. *Fine Art and Culture Studies*, 3-2, 165–171, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-3-2-22>

МЕДІА ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ІДЕНТИФІКАЦІЇ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ Й ЛОКАЛЬНІ РЕАКЦІЇ

Метою статті є висвітлення того, як інформаційна війна (з використанням технік фейкових новин) та культурна апропріація спільно переформатують процеси індивідуальної та групової ідентифікації в глобалізованому медіа-середовищі. **Методологія.** Поєднуються погляди таких дослідників медіа, як М. Маклюєн, Н. Постман, Ч. Коулдрі із сучасними розробками в сфері стратегічної комунікації, дезінформації. Концепції таких авторів, як bell hooks, Р. Роджерс дозволили інтерпретувати культурні практики медіа як елементи ширшої логіки глобальної культурної індустрії, де символічний капітал трансформується у комерційний прибуток. **Наукова новизна.** Об'єднавши дослідження дезінформації та критику культурної апропріації, галузей, які зазвичай розглядаються окремо, пропонується модель, що пояснює, як взаємопов'язані епістемічна дестабілізація та символічна комерціалізація. Ця концепція «подвійної спіралі» виявляє причини, чому загрози ідентичності не можна протидіяти фрагментарно: когнітивні та культурні виміри необхідно вирішувати одночасно за допомогою втручань, що змінюють саме медіа-середовище. **Висновки.** Сучасні медіа стали активним середовищем, де одночасно формуються й руйнуються ідентичності. Дві головні загрози – інформаційна війна та культурна апропріація – утворюють «подвійну спіраль»: перша підриває довіру до фактів і спільних наративів, друга комодифікує вирвані з контексту символи, закріплюючи когнітивну руйну новими маніпулятивними образами. Ефективна відповідь має бути системною: медіаграмотність як громадянська оборона, відстежувані ліцензії на цифрову спадщину й прозорі алгоритми платформ змінюють самі правила обігу інформації та смислів. Запропонована модель інтегрує дослідження дезінформації й апропріації, окреслює кумулятивний ризик та вказує на потребу подальшого моніторингу, особливо з огляду на зростання генеративного ШІ. Захист ідентичності потребує одночасного захисту правди й символів, що можливе лише через переосмислення значення медіапростору.

Ключові слова: медіа, ідентифікація, інформаційна війна, дезінформація, культурна апропріація.

Maryna BAIDA

Ph.D, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Information Technologies, Kyiv National University of Culture and Arts, 36 Yevhena Konovalsia St, Kyiv, Ukraine, 01133

ORCID: 0000-0002-0870-2176

To cite this article: Baida, M. (2025). Media yak seredovyshe identyfikatsii: hlobalni vyklyky y lokalni reaksii [Media as an environment for identification: global challenges and local responses]. *Fine Art and Culture Studies*, 3-2, 165–171, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-3-2-22>

MEDIA AS AN ENVIRONMENT FOR IDENTIFICATION: GLOBAL CHALLENGES AND LOCAL RESPONSES

The aim of this article is to highlight how information warfare (using fake news techniques) and cultural appropriation are jointly reformatting the processes of individual and group identification in a globalised media environment. **Methodology.** The views of media researchers such as M. McLuhan, N. Postman, and N. Coldry are combined with contemporary developments in the field of strategic communication and disinformation. The concepts of authors such as bell hooks and R. Rogers have made it possible to interpret cultural media practices as elements of the broader logic of the global cultural industry, where symbolic capital is transformed into commercial profit. **Scientific novelty.** By combining research on disinformation and criticism of cultural appropriation, fields that are usually considered separately, a model is proposed that explains how epistemic destabilisation and symbolic commercialisation are interrelated. This concept of a 'double

*helix' explains why the threat to identity cannot be countered in a fragmented way: cognitive and cultural dimensions must be addressed simultaneously through interventions that change the media environment itself. **Conclusions.** Contemporary media have become an active environment where identities are simultaneously formed and destroyed. The two main threats – information warfare and cultural appropriation – form a 'double helix': the first undermines trust in facts and shared narratives, while the second commodifies symbols taken out of context, reinforcing cognitive ruin with new manipulative images. An effective response must be systemic: media literacy as civil defence, traceable digital heritage licences and transparent platform algorithms are changing the very rules of information and meaning circulation. The proposed model integrates research on disinformation and appropriation, outlines the cumulative risk, and points to the need for further monitoring, especially given the growth of generative AI. Protecting identity requires the simultaneous protection of truth and symbols, which is only possible through an ecological rethinking of the media space.*

Key words: media, identification, information warfare, disinformation, cultural appropriation.

Актуальність проблеми. У перші десятиліття XXI століття наше розуміння того, «хто ми є», стало тісно пов'язаним із тим, як ми взаємодіємо. Цифрові комунікативні мережі наразі не просто виступають простором для передачі інформації, а й формують середовище, де особи і групи можуть висловлювати свою думку. Концепти мережевого суспільства та постправди наразі підкреслюють, що кожна публічна заява проходить неявну оцінку достовірності, організовану в рамках алгоритмічних платформ. Ця боротьба за легітимність наразі посилюється двома взаємопов'язаними силами, що діють як на глобальному, так і на місцевому рівнях: інформаційною війною та культурною апропріацією. Разом вони становлять подвійний ризик, що загрожує процесам самовизначення на епістемічному, політичному та символічному рівнях.

Інформаційна війна руйнує межі, що колись розділяли журналістику, пропаганду та психологічні операції. Вона замінює практику «передачі фактів» тактикою «використання наративів як зброї». У цьому ширшому стратегічному контексті фейкові новини та дезінформація слугують ключовими методами: вони вводять суперечливі «факти», конспірологічні наративи та емоційні тригери в усталені історичні або культурні наративи з метою підірвання довіри та фрагментування колективної пам'яті. Це призводить до когнітивного перевантаження, коли аудиторія коливається між сумнівами та цинізмом. Коли ця штучно створена невідомість поєднується з алгоритмічною видимістю, то позиції ідентичності стають дуже нестабільними, адже доводиться виявляти істинне значення серед потоку дезінформації. Розгляд медіа як середовища, в якому здійснюється ідентифікація, є актуальним завданням, що потребує висвітлення, враховуючи його значення в сучасному житті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В дослідженні використовуються погляди Маршалла Маклюєна, який окреслив засоби масової комунікації як «розширення людини», та Ніла Постмана, що показав зсув від раціональної публічної сфери до культури видовища. Стюарт Голл увів у науковий обіг розуміння ідентичності як тимчасового «пункту прив'язки» до дискурсивних позицій, а Роланд Робертсон пояснює як глобальні формати переосмислюються на локальному рівні. Сучасний автор Нік Коулдрі розглядає «медіа-маніфольд» як мережу, що одночасно розширює свободу та підпорядковує користувача, тоді як Тарлетон Гіллеспі аналізує приховані механізми модератції контенту, демонструючи владу платформ над легітимацією публічних голосів. Питання інформаційної війни й дезінформації аналізує Томас Рід, що подає історію «активних заходів» як системну стратегію підризу довіри. Клер Уордл деталізує типологію «інформаційного безладу», а Євген Магда висвітлює гібридні технології на українському ґрунті. Проблема культурної апропріації висвітлюється на основі праць Джеймса О. Янга, Белл гукс та Річарда А. Роджерса.

Метою дослідження є висвітлення того, як інформаційна війна (з використанням технік фейкових новин) та культурна апропріація спільно переформатують процеси індивідуальної та групової ідентифікації в глобалізованому медіа-середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відправною точкою для будь-якої сучасної дискусії про ідентичність у медіа-дослідженнях є усвідомлення того, що медіа більше не є лише каналами, а є середовищами – глобальними, взаємопов'язаними світами, в яких формуються суб'єктивності. Канадський дослідник Маршалл Маклюєн влучно висловив цю думку у фразі, яка не втратила своєї сили:

«медіа є повідомленням» (McLuhan, 1964, р. 7). Оскільки кожне нове медіа реорганізовує сферу сприйняття, воно також має трансформувати сферу ідентифікації: воно «змінює позицію» будь-якої групи, яка інтерпелюється через його коди. Якщо Маклюен аналізував той шок, який спричинила поява електрики щодо засобів комунікації, то провідний американський автор Ніл Постман простежував її культурні наслідки. За чотири десятиліття до появи стрічки TikTok він попередив, що «телебачення є основним способом пізнання нашої культури про саму себе. Тому – і це є критичним моментом – те, як телебачення показує світ, стає зразком того, як світ має бути показаний» (Postman, 1985, р. 92). Телебачення як медіа, пропонує розважальний погляд на світ, в якому всі теми представлені як цікаві. У цьому переході від грамотності до видовища змінилися самі критерії розуміння того хто або що вважається публічним суб'єктом. Спираючись на цю лінію, професор медіа, комунікацій та соціальної теорії Нік Коулдрі стверджує, що зараз ми живемо в «медіа-маніфольді», яким позначається «багатошарова складність нашого використання медіа в цифрову добу» (Couldry, 2016, р. 25). Твіти, тексти, прямі трансляції та GPS-сигнали не просто доповнюють екран телевізора; разом вони перекроюють межі соціального простору, пов'язуючи кожне висловлювання з незліченною кількістю інших і тим самим збільшуючи кількість місць, з яких можна заявляти про свою ідентичність або ставити її під сумнів.

Цей погляд на медіа збігається з перформативним описом ідентичності британського соціолога культури та масових комунікацій Стюарта Голла, для якого «ідентичності є... точками тимчасового прив'язування до суб'єктних позицій, які дискурсивні практики конструюють для нас» (Hall, 1996, р. 6). Ключовим словом є «тимчасовість», що позначає мережу позицій, пропонованих медіа-маніфольдом, що є мінливими, коли обрання однієї позиції неминуче витісняє інші. У насиченому даними маніфольді влада керування символічними цінностями залежить від алгоритмів видимості та протоколів модерації. Викладач факультету комунікацій Корнельського університету Тарлетон Гіллеспі наполягає, що платформа є «слизьким терміном» саме тому, що компанії, які ними керують, також володіють

умовами читабельності (Gillespie, 2018, р. 18). Бути побаченим або почутим в Інтернеті ніколи не є суто особистим досягненням; це результат інфраструктурного дизайну. Цей процес є не тільки вертикальним (від платформи до користувача), а й горизонтальним, розгортаючись у масштабах, які Роланд Робертсон назвав «глокальними». «Глокалізація», пише він, означає одночасне створення «однорідності-неоднорідності», в якій глобальні формати постійно переосмислюються з урахуванням місцевих значень (Robertson, 1995, р. 25). Медіа-маніфольд є ретранслятором, через який проживається ця діалектика: українські меми, що реміксують «Зоряні війни», К-рор-біти, семплові в бразильському фанку. Кожен випадок переосмислює питання «Хто ми?» у синтаксисі, запозиченому з інших джерел.

У сукупності ці аргументи свідчать про те, що ідентифікація сьогодні є процесом, сформованим трьома взаємодоповнюючими логіками, як інфраструктурна насиченість, дискурсивна плинність, символічна асиметрія. Отже, завдання культурного аналізу є відображення того, як конкретні глобальні виклики (інформаційна війна, дезінформація, культурна апропріація) використовують ці логіки, і як місцеві актори переробляють маніфольд, щоб захистити або переосмислити колективне «я». Тільки поєднуючи середовище, дискурс і владу, ми можемо зрозуміти, що зараз означає бути кимось у світі, де медіа, буквально, всюди. Розглянемо дане питання більш детально.

Термін «інформаційна війна» вперше з'явився в лексиконі з питань безпеки під час холодної війни, проте його концептуальні корені значно давніші. Провідним сучасним істориком цієї практики є Томас Рід – політичний науковець німецького походження, професор стратегічних досліджень в Університеті Джона Хопкінса, США. У книзі «Активні заходи: Таємна історія дезінформації та політичної війни» (2020). Рід згадує розмову 2017 року з Ладіславом Біттманом, чеським перебіжчиком, який колись керував підрозділом дезінформації Варшавського договору. Біттман дав чітку пораду: «Щоб дезінформація була успішною, вона повинна хоча б частково відповідати дійсності або принаймні загальноприйнятим поглядам» (Rid, 2020, р. 5). Рід підкреслює, що інформаційна війна ніколи не є чистою

вигадкою; це «реальність, приправлена отрутою», налаштована на використання існуючих страхів і сподівань. Інформаційна війна досягає успіху, коли вона захоплює ті когнітивні скорочення, на які люди покладаються, щоб закріпити свою ідентичність на досвіді. Кампанії інформаційної війни зазвичай розгортаються у три взаємопов'язані фази. Спочатку вони сіють сумніви за допомогою, здавалося б, недорогих тактик – мемів, підроблених скріншотів, сфабрикованих петицій – швидке поширення яких ускладнює перевірку і робить спростування безглуздим. По-друге, вони інституціоналізують посів: державні медіаканали, проксі-новинні сайти або «експертні» аналітичні центри переробляють початкові чутки в більш вишуканій формі, надаючи їм псевдологічність. По-третє, вони використовують наратив як зброю, вставляючи його в дипломатичні заяви, передвиборчі гасла або вуличні протестні плакати, тим самим перетворюючи інформацію на соціальну дію.

Клер Уордл (британська медіа-дослідниця, співзасновниця First Draft) описує цю динаміку у роботі «Розуміння інформаційного безладу» (2019). «Ми живемо в епоху інформаційного безладу... наша інформаційна екосистема зараз небезпечно забруднена і розділяє нас, а не об'єднує» (Wardle, 2016, р. 6). Вона стверджує, що термін «фейкові новини» більше затуманує, ніж розкриває: більшість сучасних маніпуляцій використовують реальний контент, позбавлений контексту. Типологія «семи видів дезінформації та неправдивої інформації» Уордл пояснює, чому такі фрагменти так добре поширюються – вони лестять існуючим ідентичностям, одночасно спустошуючи інформаційне загальне надбання.

Історична робота Ріда показує, що організована інформаційна війна завжди мала на меті геополітичний ефект, проте швидкість і детальність платформ, що базуються на даних, збільшують її вплив. Боти та троль-ферми можуть алгоритмічно тестувати сотні мікроповідомлень, відбираючи ті, що викликають найсильніші племінні емоції – страх, обурення, ображену гордість. Євген Магда, український політолог і директор Інституту світової політики, пише, що «Гібридна війна – це прагнення однієї держави нав'язати іншій (іншим) свою політичну волю шляхом комплексу заходів

політичного, економічного, інформаційного характеру і без оголошення війни відповідно до норм міжнародного права» (Магда, 2015, с. 4). Отже, виходячи з такого підходу, приходимо до висновку, що фейкові новини є тактичним фронтом більш широкого стратегічного мистецтва. Оманливі меми, підроблені документи або відео з глибокою фейковою начинкою не просто дезінформують; вони готують когнітивне підґрунтя для більш масштабних операцій – підриву легітимності виборів, розколу альянсів або пом'якшення опору територіальній агресії. Тому, розглядаючи «фейкові новини» як окрему загрозу, ми ризикуємо медикалізувати симптом, ігноруючи саму хворобу.

Якщо інформаційна війна дестабілізує те, що знає спільнота, то культурна апропріація дестабілізує те, що спільнота має право означати. Сам термін увійшов до академічної англійської мови через юридичні дебати про інтелектуальну власність у 1980-х роках, але з того часу він став основним поняттям культурних студій та постколоніальної критики. Джеймс О. Янг, канадський філософ мистецтва з Університету Вікторії, розпочинає свою працю «Культурна апропріація та мистецтво» лаконічним реченням: «Апропріація – це взяття, зазвичай без дозволу, чогось, що по праву належить комусь іншому» (Young, 2008, р. 5). Янг зазначає, що це стосується символічної власності: мелодій, візерунків, міфів, візуальних стилів. Він розрізняє нешкідливе запозичення – звичайний обмін мотивами в будь-якому міжкультурному контакті – від того, що він називає шкідливою апропріацією, тобто «діями, що зменшують цілісність або автономію культур-джерела» (Young, 2008, р. 13). Ця філософська вісь – цілісність проти деградації – лежить в основі решти дискусії: дія вважається апропріацією лише тоді, коли вона послаблює здатність джерела виражати себе.

У той час як Янг пише з позицій аналітичної естетики, американський дослідник комунікації з Північноарізонського університету Річард А. Роджерс розширює фокус на глобальний ринок. У своїй статті «Від культурного обміну до транскультурації: огляд та переосмислення культурної апропріації» Роджерс стверджує, що апропріацію необхідно аналізувати на тлі нерівної матеріальної влади, яка структурує потік культурних благ. «Культурний обмін у літературі виступає як неявна основа для

пояснення нерівності, що існує в інших умовах апропріації, і зазвичай вважається неіснуючим ідеалом. Натомість культурне домінування підкреслює асиметрію, в умовах якої відбуваються акти апропріації» (Rogers, 2006, р. 477). Він класифікує чотири режими – обмін, домінування, експлуатація, транскультурація – показуючи, що лише два останні однозначно шкодять вихідній групі. Роджерс пов'язує апропріацію із системними асиметріями. Коли багатонаціональний будинок моди монетизує андський візерунок ткацтва або голлівудська студія перепакує західноафриканський фольклор, шкода полягає не лише в етичному зневаженні; це «символічна експропріація, яка перепризначає право власності стороні з кращим доступом до ринку» (Rogers, 2006, р. 482).

Белл гукс (псевдонім афроамериканської авторки та активістки Глорії Джин Воткінс) наполягає на тому, що апропріація ніколи не є нейтральним естетичним актом, оскільки вона переживається через расові тіла. У книзі “Black Looks: Race and Representation” вона пише: «сучасна комерціалізація чорної культури білими жодним чином не ставить під сумнів верховенство білих, коли вона набуває форми перетворення чорношкірості на «приправу, яка може оживити нудну страву, якою є основна біла культура» (hooks, 1992, р. 14). Таким чином викривається тісний зв'язок між задоволенням і домінуванням: те, що фанати описують як вдячність, часто відтворює ті самі ієрархії, які, здавалося б, опротестовуються.

Логіка культурної індустрії, діагностована Роджерсом і Гукс, посилюється в сучасній платформній економіці. Наразі стрімінгові сервіси мало цінують контекстуальну цілісність. Spotify цінує треки як одиниці уваги, відірвані від соціальних рамок, які колись їх закріплювали. Отже, в обігу перебувають знаки, відірвані від первинних життєвих світів, готові до повторного використання у вірусних відео, рекламних джінглах або фонових плейлистах. Символічна ціна є подвійною: вихідна спільнота втрачає перформативну владу свого знаку, а зовнішня аудиторія стикається з вирівняною, часто фольклоризованою версією культури. Після того, як наратив ідентичності дестабілізується стратегічною дезінформацією, вакуум може бути заповнений глянцевидами, але вирваними з контексту зображеннями тієї самої

культури, яка піддається атаці. Наприклад, пропаганда російської держави в 2014–2022 роках поєднувала міфи про «неіснуючу українську націю» з масовим запозиченням козацького фольклору для туристичного мерчандайзингу в анексованому Криму. Символічна заміна легітимізувала територіальну агресію, естетизуючи її. Отже, інформаційна війна підриває епістемічну впевненість, а культурна апропріація надає готову палітру замісних значень, які можна знову використовувати як зброю.

Культурна апропріація – це структурно вбудований процес, що керується ринковою логікою та колоніальними залишками, який закріплює шкоду, завдану інформаційною війною на рівні колективної символіки. Коли право розповідати про власні культурні коди й монетизувати їх передається більш впливовим акторам, горизонт можливих самоідентифікацій звужується. Белл гукс зазначала про те, що питання полягає не в тому, чи з'являються раса або певні етнічна приналежність у ЗМІ, а в тому, хто контролює способи їхнього представлення.

Інформаційна війна та культурна апропріація діють на різних рівнях медіа-середовища, проте вони сходяться в єдиний вектор, який загрожує ідентифікації на трьох рівнях. На особистому рівні алгоритмічне мікротаргетування спочатку дестабілізує відчуття людини щодо того, що є фактично надійним, а потім пропонує глянцеви, вирвані з контексту культурні символи як готові ідентифікаційні ознаки. На рівні спільноти скоординовані кампанії дезінформації руйнують спільні наративи, які починаються з «отруєння існуючого резерву групової пам'яті» (Rid, 2020, р. 42), внаслідок чого ринкові культурні індустрії негайно монетизують будь-які фрагменти, що залишилися, перекодуючи їх як товари для стилю життя.

Оскільки цей процес відбувається саме через медіа-середовище, контрзаходи також повинні здійснюватись системно і в цьому ж просторі. Українські освітяни розглядають інформаційну гігієну як питання національної безпеки. Наразі стає очевидним, що медіаграмотність є частиною сучасної обороноздатності. Кілька українських музеїв почали видавати відкриті, але відстежувані ліцензії (Creative Commons з обов'язковим зазначенням джерела) на оцифровані артефакти. Ця політика відповідає критерію цілісності Джеймса О. Янга:

«запозичення перестає бути шкідливим, коли спільнота-джерело зберігає контроль над контекстом» (Young, 2008, р. 27). Розміщуючи код атрибуції безпосередньо в метаданих, куратори гарантують, що національні символи не можуть бути відокремлені від свого походження без залишення цифрового сліду, тим самим блокуючи другий виток спіралі. Разом ці ініціативи ілюструють, що недостатньо просто викривати окремі брехні або протестувати проти окремих випадків зловживання фольклором, необхідно діяти системно.

Висновки. Сучасні медіа перестали бути пасивними каналами передачі повідомлень і перетворилися на комплексне середовище, у якому формуються й руйнуються ідентифікаційні процеси на когнітивному, політичному та символічному рівнях. Найнебезпечнішими викликами для цього середовища є інформаційна війна та культурна апропріація, які взаємно підсилюють одна одну. Інформаційна війна підриває довіру до базових процедур перевірки знань, розмиває спільні історичні наративи та створює атмосферу епістемічної невизначеності, у якій особа втрачає впевненість у власних когнітивних опорах, а спільнота – у спільному інформаційному полі. Культурна апропріація, що діє через глобальні ринкові механізми й колоніальні залишки, позбавляє громади права на контроль над власними символами: вирвані з контексту візуальні

та смислові коди перетворюються на універсальні комерційні товари, фіксуючи тим самим наслідки інформаційних атак на рівні колективної культури. Так формується подвійна спіраль ризику: когнітивний вакуум, створений дезінформацією, заповнюється спрощеними й комодифікованими образами, що водночас полегшують подальше просування маніпулятивних наративів. Ефективна протидія має бути системною: розвиток критичної медіаграмотності як елемента громадянської безпеки, впровадження відстежуваних ліцензій для цифрової спадщини, а також вимога до платформ прозорішого алгоритмічного ранжування разом змінюють самі умови обігу інформації та символів. Запропонована модель подвійної спіралі інтегрує дотепер розділені дослідницькі поля стратегічної комунікації та критики культурної апропріації, наочно демонструючи їх кумулятивний ефект. Подальші дослідження мають зосередитися на тривалому моніторингу цього процесу в різних регіонах і на аналізі того, як генеративні ШІ-технології можуть одночасно посилювати епістемічну дестабілізацію й масове тиражування позбавлених контексту культурних кодів. Захист ідентичності в епоху глобальних медіа потребує паралельного захисту правди й сенсів, а це можливе лише через переосмислення медіапростору як цілісної екосистеми, де перебувають у взаємодії інформація, влада та культура.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Магда Є. Гібридна війна: вижити і перемогти. Харків : Біват, 2015. 304 с.
2. Couldry N. Life with the media manifold: Between freedom and subjection. L. Kramp, N. Carpentier, A. Hepp, R. Kilborn, R. Kunelius, H. Nieminen, T. Olsson, P. Pruulmann-Vengerfeldt, I. Tomanić Trivundža, S. Tosoni. *Politics, Civil Society and Participation: Media and Communications in a Transforming Environment*. Bremen : edition lumière, 2016. P. 25–39.
3. Gillespie T. Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media. New Haven : Yale University Press, 2018. 288 p.
4. Hall S. Who Needs “Identity”? *Questions of Cultural Identity, edited by Stuart Hall & Paul du Gay*. London : SAGE, 1996. P. 1–17.
5. hooks b. *Black Looks: Race and Representation*. Boston : South End Press, 1992. 210 p.
6. McLuhanM. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York : McGraw-Hill, 1964. 396 p.
7. Postman N. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York : Penguin books, 2005. 185 p.
8. Rid T. *Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare*. New York : Farrar, Straus and Giroux, 2020. 528 p.
9. Robertson R. *Glocalization: Time–Space and Homogeneity–Heterogeneity*. Global Modernities, edited by Mike Featherstone, Scott Lash & Roland Robertson. London : SAGE, 1995. P. 25–44.
10. Rogers R. A. From Cultural Exchange to Transculturation: A Review and Reconceptualization of Cultural Appropriation. *Communication Theory*, 2006. 16. No. 4. P. 474–503.

11. Wardle C. Understanding Information Disorder, 2019. 61 p.
12. Young J. O. Cultural Appropriation and the Arts. Malden, MA : Blackwell, 2008. 168 p.

REFERENCES:

1. Mahda, Ye. (2015). Hibrydna viina: vyzhyty i peremohty [Hybrid War: Survive and Win]. Kharkiv : Vivat [in Ukrainian].
2. Couldry, N. (2016) Life with the media manifold: Between freedom and subjection. In L. Kramp, N. Carpentier, A. Hepp, R. Kilborn, R. Kunelius, H. Nieminen, T. Olsson, P. Pruulmann-Vengerfeldt, I. Tomanić Trivundža, S. Tosoni. *Politics, Civil Society and Participation: Media and Communications in a Transforming Environment*. Bremen : edition lumière, 25–39 [in English].
3. Gillespie, T. (2018). Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media. New Haven : Yale University Press [in English].
4. Hall, S. (1996). Who Needs “Identity”? *Questions of Cultural Identity*, edited by Stuart Hall & Paul du Gay, London : SAGE, 1–17 [in English].
5. Hooks, B. (1992). Black Looks: Race and Representation. Boston : South End Press [in English].
6. McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. New York : McGraw-Hill [in English].
7. Postman, N. (2005). Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. New York : Penguin books [in English].
8. Rid, T. (2020). Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare. New York : Farrar, Straus and Giroux [in English].
9. Robertson, R. (1995). Glocalization: Time–Space and Homogeneity–Heterogeneity. *Global Modernities*, edited by Mike Featherstone, Scott Lash & Roland Robertson. London : SAGE, 25–44 [in English].
10. Rogers, R. A. (2006). From Cultural Exchange to Transculturation: A Review and Reconceptualization of Cultural Appropriation. *Communication Theory*. 16. No. 4, 474–503 [in English].
11. Wardle, C. (2019). Understanding Information Disorder [in English].
12. Young, J. O. (2008). Cultural Appropriation and the Arts. Malden, MA : Blackwell [in English].