

інформації, так і саму сутність журналістської професії. Традиційні медіа змушені адаптуватися до нових умов цифрової комунікації, коли увага аудиторії все більше зосереджується у віртуальному середовищі.

Журналістика, яка раніше спиралася на перевірені джерела, редакційну політику та стандарти достовірності, нині стикається з викликом оперативності, віральності та конкуренції з користувачьким контентом. Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, X (Twitter) тощо) стали не лише майданчиками для поширення інформації, а й головним середовищем її формування. Кожен користувач тепер може стати «репортером» подій, що розмиває межу між професійною журналістикою та аматорським контентом.

Одним із ключових наслідків цього процесу є поява феномену «громадянської журналістики», коли інформаційний простір насичується повідомленнями від очевидців подій. Такий підхід, з одного боку, сприяє оперативності та різноманітності контенту, а з іншого — створює ризики поширення фейкових новин, маніпуляцій та інформаційних вкидів. У цьому контексті особливо актуальним постає питання медіаграмотності — як для журналістів, так і для аудиторії. Крім того, соціальні мережі вплинули на формат подачі журналістського матеріалу. Традиційна новина у вигляді тексту поступово трансформується у мультимедійний продукт: коротке відео, сторіз, інфографіку чи подкаст. Це формує нові стандарти сприйняття інформації, де ключову роль відіграють візуальний контент і швидкість доступу.

Ще одним аспектом є зміна моделі взаємодії між журналістом і аудиторією. У соціальних мережах споживач новин стає активним учасником комунікаційного процесу: коментує, ставить запитання, впливає на порядок денний. Така зворотна комунікація відкриває нові можливості для журналістики діалогу, але водночас підвищує рівень емоційності та поляризації дискусій.

Таким чином, соціальні мережі не лише змінюють технологічні інструменти журналістської діяльності, а й трансформують професійні стандарти, комунікаційні моделі та етичні принципи сучасної журналістики. У нових умовах від журналіста вимагається не лише вміння швидко реагувати на інформаційні події, а й здатність критично мислити, перевіряти факти та адаптувати матеріали під різні формати цифрового простору.

Висновки. Соціальні мережі стали каталізатором глибоких змін у журналістиці XXI століття. Вони сприяли демократизації доступу до інформації, але водночас поставили перед професійними медіа нові виклики — боротьбу за довіру, достовірність та якість контенту. Успішна адаптація журналістики до цифрової епохи можлива лише за умови збереження її головної місії — служіння суспільному інтересу через правдиву, об'єктивну та збалансовану інформацію.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гоян В. Соціальні мережі як фактор трансформації сучасної журналістики / В. Гоян // Журналістика і суспільство. – 2023. – № 4. – С. 15–21.
2. Карпенко О. Цифрові комунікації у контексті розвитку нових медіа / О. Карпенко // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Серія «Журналістика». – 2022. – № 52. – С. 87–93.
3. Pavlik J. V. Disruption and Innovation in Journalism / J. V. Pavlik. – Routledge, 2021.
4. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide / H. Jenkins. – New York University Press, 2019.

**КОРСУНСЬКИЙ Є. С.**

магістр,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

м. Київ

[KorsunskyiYS@krok.edu.ua](mailto:KorsunskyiYS@krok.edu.ua)

**ВАСИЛЬЄВА О. В.**

доцент кафедри журналістики,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

м. Київ

[lena\\_vovchenko@ukr.net](mailto:lana_vovchenko@ukr.net)

<https://orcid.org/0000-0001-7502-5702>

## АДАПТАЦІЯ УГОРСЬКОГО ДОСВІДУ ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКУ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ ДО УКРАЇНСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Трансформація угорського ринку друкованих медіа після падіння соціалістичної системи є важливим аналітичним кейсом для України, яка нині проходить етап глибокої перебудови інформаційної сфери в умовах війни, цифровізації та зміни моделей споживання контенту. Угорський досвід має завершено траєкторію розвитку — від лібералізації 1990-х років до високої концентрації медіавласності й політичного впливу у 2010–2020-х, що робить його показовим прикладом як успішних, так і ризикованих сценаріїв трансформації медіасистеми.

Одним із ключових етапів угорської трансформації стала швидка та слабо врегульована приватизація друкованих видань у 1990-х роках. Колишні державні та партійні газети передавалися у приватну власність без чітких правил оцінки активів і контролю за зміною власників [1]. У результаті значна частина преси опинилася у руках великих іноземних корпорацій (Ringier, Axel Springer, Bertelsmann), що забезпечило фінансову стабільність і технологічне оновлення, але водночас заклало основи концентрації ринку [2].

Україна у 1990-х роках пережила подібний перехід, однак із більшою залежністю від політичного й олігархічного капіталу. На відміну від поступової концентрації в Угорщині, український медіаринок у 2000-х сформувався одразу у вигляді великих холдингів. Сучасні реформи — зокрема закон про деолігархізацію [3] та норми національної безпеки у медійній сфері [4] — створюють можливість корекції цієї моделі.

Угорський досвід демонструє, що відсутність прозорих правил власності неминуче призводить до ринкових дисбалансів, які згодом можуть бути використані для політичного контролю. Для України це означає необхідність: прозорого обліку бенефіціарів медіа; регулярного аудиту медіавласності; обмеження надмірної концентрації; підтримки регіональних видавців як альтернативи централізації.

Після 2010 року угорська медіасистема зазнала якісно нового етапу трансформації, пов'язаного з політичною централізацією. Створення фонду KESMA (Central European Press and Media Foundation) призвело до об'єднання сотень національних і регіональних видань у єдину структуру без антимонопольного аналізу [5]. Це стало прикладом системного «захоплення медіа» (media capture) через економічні та інституційні механізми.

Особливістю угорської моделі є те, що контроль над ЗМІ здійснювався не через пряму цензуру, а через: перерозподіл державної реклами; непрозорі зміни власності; кадрові перестановки в редакціях; послаблення незалежних медіа економічними методами.

Закриття газети *Népszabadság* у 2016 році багатьо міжнародних організацій розцінили як політично мотивоване рішення [6]. Для України цей кейс є принципово важливим, оскільки в умовах війни держава неминуче посилює інформаційну політику. Угорський досвід демонструє, що без інституційних запобіжників навіть демократично обрана влада може поступово звужити медіаплюралізм.

Висновки для України полягають у необхідності: деполітизованого розподілу державної реклами; зміцнення незалежності медіарегуляторів; імплементації Європейського акту про свободу медіа (EMFA); гарантій редакційної автономії.

Цифрова трансформація угорського медіаринку відбувалася паралельно з концентрацією власності та політичним впливом. Онлайн-портали, зокрема *Origo*, після зміни власників зазнали редакційних трансформацій, що призвело до уніфікації контенту й зниження плюралізму. Державна реклама активно спрямовувалася на лояльні цифрові ресурси, що посилює нерівність між медіа [5].

Угорський кейс демонструє, що цифровізація без прозорих правил може не розширювати, а навпаки звужувати інформаційний простір. Для України це означає потребу: прозорого регулювання онлайн-реклами; підтримки суспільно важливих цифрових медіа; інвестицій у цифрові навички журналістів; розвитку локальних онлайн-платформ.

Важливо, що Україна має інституційну перевагу — інтеграцію європейських цифрових стандартів (зокрема *Digital Services Act*), що дозволяє уникнути залежності від політично контрольованих платформ.

Угорський ринок друкованої преси зазнав значної таблоїдизації: сенсаційні та розважальні формати витіснили аналітичні матеріали, а розслідувальна журналістика втратила фінансову підтримку. Видання на кшталт *Blikk* і *Metropol* почали формувати домінуючу модель контенту, що призвело до спрощення суспільного дискурсу.

Для України критично важливо уникнути цього сценарію, оскільки в умовах війни ЗМІ виконують не лише інформаційну, а й мобілізаційну та просвітницьку функції. Адаптації підлягають такі позитивні елементи угорського досвіду: мультимедійні формати та візуальна журналістика; інтеграція розслідувань у цифрове середовище; поєднання глибокої аналітики з доступною подачею. Натомість необхідно запобігати: домінуванню клікбейту; руйнуванню розслідувальних редакцій; уніфікації контенту через централізацію власності; витісненню якісної преси розважальними форматами.

Таким чином, угорський досвід трансформації ринку друкованих видань є багатовимірним прикладом, що демонструє як потенціал лібералізації та цифровізації, так і ризики політичної монополізації та деградації контенту. Для України адаптація цього досвіду має бути вибірковою й ґрунтуватися на європейських стандартах прозорості, обмеження концентрації та захисту редакційної незалежності. Успішне використання цих уроків дозволить сформувати стійку медіасистему, здатну поєднати ринкову ефективність, цифрову модернізацію та демократичні цінності в умовах воєнного й післявоєнного розвитку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bajomi-Lázár P. Particularistic and Universalistic Media Policies: Inequalities in the Media in Hungary. *Javnost - The Public*. 2017. Vol. 24 (2). Pp.162-172.
2. Polyák G. The Hungarian Media System. Stopping Short or Re-Transformation? Directions and Achievements of the Media System Transformation. *Südosteuropa. Journal of Politics and Society*. 2016. Vol. 63 (2). Pp. 272-318.
3. Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів) : Закон України // Відомості Верховної Ради України, 2021, № 51, ст.4 21. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1780-20#Text>
4. Про національну безпеку України : Закон України // Відомості Верховної Ради, 2018, № 31, ст. 241. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text>
5. Bátorfy A., Urbán Á. State advertising as an instrument of transformation of the media market in Hungary. *East European Politics*. 2019. Vol. 36 (1). Pp. 1-22. DOI:10.1080/21599165.2019.1662398
6. Freedom House. URL : <https://freedomhouse.org>

**КУЦЬ М. О.**

студентка другого (магістерського) рівня вищої освіти  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
м. Івано-Франківськ  
[mariia.kuts-iskm241@nung.edu.ua](mailto:mariia.kuts-iskm241@nung.edu.ua)

**ВІНТОНІВ Х. М.**

кандидат історичних наук, доцент  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
м. Івано-Франківськ  
[khrystyna.vintoniv@nung.edu.ua](mailto:khrystyna.vintoniv@nung.edu.ua)  
<https://orcid.org/0000-0002-8294-6195>

### ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ДОКУМЕНТАЛЬНОЇ СПАДЩИНИ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Перехід документальної спадщини в цифровий формат сьогодні є не тільки модним трендом, а й справді необхідним кроком для сучасних архівних установ, оскільки це відкриває для суспільства широкий та зручний доступ до історичних документів і культурних скарбів. Новітні цифрові технології роблять процес зберігання, дослідження й поширення матеріалів значно ефективнішим, дозволяючи працювати з цими матеріалами у зручній формі та високій