

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**

**Кафедра міжнародних відносин та журналістики  
Спеціальність: 061 «Журналістика»**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему:**

**«СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ КОМУНІКАЦІЇ»**

Подшибякіної Альони Сергіївни,  
групи ЖУР-20

Науковий керівник:  
Професор, кандидат  
Філологічних наук,  
Доцент Момот Неля Миколаївна

\_\_\_\_\_  
(підпис студента)

\_\_\_\_\_  
(Дата)

\_\_\_\_\_  
(Підпис)

**Попередній захист:**

\_\_\_\_\_  
(Висновок: «До захисту в Екзаменаційній комісії»)

Завідувач кафедри Момот Н.М.

\_\_\_\_\_  
(Підпис)

\_\_\_\_\_  
(Прізвище, ініціали)

\_\_\_\_\_  
(Дата)

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ КОМУНІКАЦІЇ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Історія та теорії розвитку комунікаційних технологій.....	6
1.2. Сучасні інструменти комунікації: класифікація та характеристики.....	14
1.3. Роль і місце нових медіа в комунікаційному процесі.....	20
1.4. Етичні аспекти використання сучасних інструментів комунікації.....	26
<b>РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ МЕДІА В ЖУРНАЛІСТИЦІ.....</b>	<b>33</b>
2.1. Аналіз сучасного стану медійного простору та впливу нових медіа.....	33
2.2. Стратегії та приклади використання нових медіа в професійній діяльності.....	39
2.3. Кейс-стаді: аналіз кейсів застосування сучасних інструментів комунікації	44
2.4. Проблематика та виклики сучасної медійної сфери.....	49
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ НОВИХ МЕДІА.....</b>	<b>56</b>
3.1. Прогнозування майбутнього розвитку медійних технологій.....	56
3.2. Рекомендації щодо оптимізації використання нових медіа.....	60
3.3. Етичні та регулятивні аспекти розвитку медійного простору.....	65
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>70</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>73</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** В епоху стрімкого технологічного прогресу сучасні засоби комунікації стають не лише необхідністю, але й ключовим елементом суспільства. Швидкість та доступність інформації зробили комунікацію невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Засоби комунікації стали не тільки засобом спілкування, але й потужним інструментом впливу, розвитку бізнесу, політики та культури. У цьому контексті важливо дослідити різноманітні аспекти сучасних засобів комунікації, їхню роль у сучасному світі та вплив на суспільство та індивідуума. Це включає в себе вивчення новітніх технологій, які змінюють способи спілкування, а також аналіз викликів та можливостей, що виникають від їх використання. Зокрема, дослідження сучасних інструментів комунікації дозволяє зрозуміти, як ці технології впливають на організації та бізнес, що стає все більш глобальними та взаємозалежними. Також важливо вивчити їхню роль у політичних процесах, зокрема у формуванні громадської думки та масової мобілізації. Проте, разом з беззаперечними перевагами, сучасні інструменти комунікації також постають перед викликами, пов'язаними з приватністю даних, кібербезпекою та поширенням дезінформації. Розуміння цих проблем та пошук шляхів їх вирішення є важливою складовою аналізу сучасних засобів комунікації.

Актуальність теми в сучасному світі важко переоцінити. З кожним днем розвитку технологій ми стикаємося з новими способами взаємодії, спілкування та обміну інформацією. Інструменти комунікації не лише дозволяють людям знаходити спільну мову, а й формують культурні, економічні та політичні реалії сучасного світу. Перехід до цифрової епохи призвів до стрімкого розвитку нових медіа та комунікаційних платформ. Соціальні мережі, онлайн-журналістика, відеоблоги, месенджери та інші інструменти впливають на усі аспекти життя суспільства: від політики та бізнесу до особистих відносин. Актуальність вивчення цієї теми виявляється в тому, що ми постійно

стикаємося з новими етичними, правовими та соціокультурними викликами, пов'язаними з використанням сучасних інструментів комунікації. Розуміння їхнього впливу на суспільство допомагає краще адаптуватися до змін, які вони приносять. У світлі швидкого розвитку технологій інформаційної комунікації, необхідно розглядати перспективи та напрями розвитку нових медіа, а також вивчати етичні аспекти їхнього використання. Тому дана тема є актуальною для дослідження та аналізу як для академічного співтовариства, так і для практиків у сфері комунікацій та журналістики.

**Мета дослідження** полягає у аналізі сучасних інструментів комунікації з метою розкриття їхнього впливу на сучасне суспільство та журналістику.

**Завдання дипломної роботи:**

1. дослідити історію та теорії розвитку комунікаційних технологій для розуміння контексту виникнення та розвитку сучасних засобів комунікації;
2. проаналізувати класифікацію та характеристики сучасних інструментів комунікації з метою усвідомлення їхніх можливостей та обмежень;
3. проаналізувати роль та місце нових медіа в комунікаційному процесі для розкриття їхнього впливу на суспільство та журналістику;
4. проаналізувати етичні аспекти використання сучасних інструментів комунікації з метою визначення принципів та норм, що регулюють їхнє використання.
5. дослідити сучасний стан медійного простору та вплив нових медіа на журналістику;
6. дослідити стратегії та приклади використання нових медіа в професійній діяльності журналістів.

**Об'єкт дослідження:** сучасні інструменти комунікації.

**Предмет дослідження:** вплив сучасних інструментів комунікації на суспільство та журналістику.

**Наукові методи дослідження:** аналіз літературних джерел, кейс-стаді, компаративний аналіз.

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає в глибокому аналізі сучасних інструментів комунікації та їх впливу на суспільство. Це дослідження включає не лише огляд існуючих технологій, але й аналіз їхнього етичного використання в різних сферах, від політики до особистих відносин. Додатково, в роботі прогнозуються можливі напрями розвитку медійних технологій, що є важливим для розуміння майбутніх тенденцій та адаптації до швидкозмінних умов комунікаційного середовища.

**Практична значущість отриманих результатів** полягає в їхньому застосуванні для розробки стратегій комунікації в різних сферах діяльності, від бізнесу та медіа до громадської діяльності. Розуміння етичних аспектів використання інструментів комунікації дозволить уникнути можливих конфліктів та забезпечить ефективне взаємодію з аудиторією. Прогнозування майбутнього розвитку медійних технологій допоможе компаніям та організаціям бути впевненими у своїй конкурентоспроможності та готовності до змін в майбутньому.

**Структура та обсяг роботи.** Загальний обсяг роботи складає 79 сторінок. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел – 77 позицій.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ КОМУНІКАЦІЇ

### 1.1. Історія та теорії розвитку комунікаційних технологій

Комунікаційні технології відіграють фундаментальну роль у формуванні людської цивілізації. Цей невід'ємний аспект нашого життя забезпечує обмін інформацією, знаннями та культурою між різними народами та поколіннями. Від найдавніших часів, коли наші предки використовували каміння та печерні малюнки для передачі знань та досвіду, до сучасних цифрових мереж, що з'єднують мільярди людей навколо світу, комунікаційні технології пройшли довгий шлях розвитку.

Розвиток комунікаційних технологій можна вважати однією з фундаментальних основ розвитку людської цивілізації. Початковим етапом цього довгого шляху було створення писемності, яка стала критично важливим інструментом у збереженні та передачі знань через покоління [1]. Перехід від простих зображень і символів до складних письмових систем відкрив людству можливість документування історії, законів, релігійних вірувань, наукових знань та літератури. Це стало каталізатором для розвитку освіти, культури та науки. Писемність дозволила не тільки зберігати інформацію, але й поширювати її серед широких мас, сприяючи розвитку інтелектуального потенціалу суспільства. З появою писемності виникла потреба у надійних способах передачі інформації на великі відстані, що призвело до створення перших поштових систем. Однією з найдавніших є система, створена в Перській імперії за часів правління Кіра Великого, яка дозволяла ефективно спілкуватися в межах величезної імперії. Ці системи були неймовірно важливими для управління державами, ведення торгівлі та розповсюдження новин [2]

Важливим аспектом становлення поштових систем було не лише передавання приватних або офіційних листів, але й обмін культурними, науковими та філософськими ідеями між різними регіонами та культурами. Це

сприяло зближенню народів, розповсюдженню ідей Просвітництва, релігійних реформ, а пізніше – ідей демократії та прав людини. Перші поштові системи були засновані на використанні поштових станцій, де кур'єри могли змінити коней або передати листи наступному кур'єру, що дозволяло оптимізувати час доставки. З часом ці системи ставали все більш організованими і ефективними, що сприяло не лише політичному і економічному зв'язку між регіонами, але й культурному обміну. Подальший розвиток поштових систем і впровадження таких інновацій, як поштові марки, поштові вагони та міжнародні поштові угоди, зробили можливим швидкий і доступний обмін інформацією на глобальному рівні. Це стало однією з передумов створення сучасного глобалізованого світу, у якому комунікація відіграє ключову роль [3]

Винахід друкарства у середині XV століття став однією з ключових віх в історії людства, зробивши революційний вплив на розвиток культури, науки та освіти. Йоганн Гутенберг, німецький ремісник і винахідник, зазвичай вважається батьком сучасної друкарської машини завдяки своєму розробленню друкарського преса з рухомими типами близько 1440 року. Цей винахід дозволив масово виробляти книги, значно знизивши їх вартість і зробивши доступними для ширшого кола читачів. Перед винаходом Й. Гутенберга книги виготовлялися вручну, що було повільним і дорогим процесом. Копіювання текстів займало багато часу та вимагало високої кваліфікації, що обмежувало доступ до знань виключно вузьким колом осіб, переважно священнослужителями та аристократією. Гутенбергова технологія друкарства з рухомими типами радикально змінила цей ландшафт, дозволивши швидко та ефективно реплікувати тексти [4]

Друкарство також мало значний вплив на науку. Вчені могли швидко обмінюватися результатами своїх досліджень, що сприяло прискоренню наукових відкриттів та технологічного прогресу. Публікація наукових робіт стала нормою, що заклало основи сучасної академічної комунікації. Окрім того, друкарство посилювало релігійну реформацію. Доступ до друкованих копій Біблії та інших релігійних текстів на рідній мові дозволив віруючим самостійно

тлумачити священні писання, зменшивши залежність від церковного догмату та ієрархії. Це, в свою чергу, призвело до розколу християнства і формування нових релігійних течій. Винахід друкарства Й. Гутенбергом також мав значний соціальний вплив, сприяючи розвитку демократії та плюралізму. Широкий доступ до друкованих матеріалів дозволив ідеям ширитися серед ширшого кола населення, спонукавши до соціальних та політичних змін. Це сприяло формуванню громадянського суспільства, в якому вільний обмін ідеями та інформацією став фундаментом для прийняття рішень [5]

Після революційного впливу друкарства на розповсюдження інформації, наступним значним кроком у розвитку комунікаційних технологій стало винайдення телеграфу. У XIX столітті телеграф відкрив еру телекомунікацій, дозволивши миттєвий обмін інформацією на великі відстані. Самуел Ф. Б. Морс і його партнери розробили електричний телеграф у 1830-х роках, а в 1844 році Морс відправив відоме повідомлення «What hath God wrought» («Що створив Бог») з Вашингтону до Балтимору. Цей момент символізував народження нової ери комунікації, коли повідомлення могли подолати сотні кілометрів за лічені хвилини [6]

Телеграф став основним засобом комунікації, особливо важливим для урядів, фінансових інституцій та ЗМІ. Він змінив спосіб ведення бізнесу, управління державою та розповсюдження новин, роблячи світ більш зв'язаним і інформаційно насиченим. Підводні телеграфні кабелі, прокладені на дні океанів, з'єднали континенти, розширивши можливості глобальної комунікації. Водночас телеграф сприяв розвитку нових мов та кодів, зокрема Морзе, який став універсальним мовним інструментом для телеграфної комунікації. Ця система стала фундаментом для розвитку інших форм телекомунікацій і зіграла ключову роль у розвитку радіозв'язку.

Наступним значним кроком у сфері телекомунікацій став винахід телефону, що дозволив передавати не просто морзянку, а людський голос. Александр Грем Белл отримав патент на винахід телефону в 1876 році, і вже у тому ж році відбулася історична телефонна розмова між Беллом і його помічником Томасом

Ватсоном. Винахід телефону відкрив нову еру в особистій та діловій комунікації, зробивши можливим безпосереднє спілкування між людьми, розділеними великими відстанями. Розвиток телефонії пройшов через кілька ключових етапів. Спочатку телефонні зв'язки були доступні лише між обмеженою кількістю абонентів через прямі лінії. Потім, з появою телефонних станцій та введенням концепції комутації, стало можливим з'єднувати дзвінки між багатьма абонентами в межах міста, а пізніше і між містами та країнами [7]

У ХХ столітті телефон став невід'ємною частиною побуту та бізнесу, сприяючи розвитку глобальної економіки та міжособистісних відносин. Винахід мобільного телефону та подальший розвиток мобільного зв'язку ще більше трансформували сферу комунікацій, зробивши можливим постійне зв'язання "на ходу". Таким чином, перехід від телеграфу до телефону суттєво змінив ландшафт людської комунікації, надавши можливість для миттєвого обміну інформацією та емоціями без обмежень відстанню. Це не лише сприяло економічному зростанню та соціальному прогресу, але й зблизило людей, перетворивши світ на тісно пов'язану глобальну спільноту [8]

З появою радіо на початку ХХ століття світ став свідком народження нової ери масових комунікацій, яка згодом була доповнена інновацією телебачення. Ці технології кардинально змінили не лише спосіб, у який люди отримували новини та розваги, але й суттєво вплинули на культурний ландшафт суспільства. Радіо стало першим медіумом, що дозволив миттєво донести інформацію до широкої аудиторії. Початки радіомовлення були пов'язані з експериментами італійського вченого Гульєльмо Марконі, який у 1895 році здійснив першу успішну передачу радіосигналу. З того часу радіо стрімко розвивалося, ставши невід'ємною частиною життя мільйонів людей. Воно забезпечувало не лише новини та інформацію про важливі події, але й стало платформою для розваг, музики, драматичних вистав, науково-популярних програм та релігійних служб [9]

Культурний вплив радіо важко переоцінити. Воно об'єднало людей, надавши їм спільний досвід, незалежно від географічного розташування. Радіопередачі стали фундаментом для формування національної ідентичності,

зокрема через мовлення у важкі часи війн та криз. У Сполучених Штатах програми такі як «Fireside Chats» президента Франкліна Д. Рузвельта використовували радіо як засіб безпосереднього звернення до американського народу, що зміцнило довіру до уряду під час Великої депресії [10]

Пізніше, з появою телебачення, масові комунікації увійшли в нову еру. Перші експерименти з телевізійним мовленням почалися у 1920-х роках, але широке розповсюдження телевізорів у домівках почалося лише після Другої світової війни. Телебачення зробило можливим не тільки чути, але й бачити події, що відбуваються у світі, надаючи більш повне та емоційне сприйняття інформації [11] Вплив телебачення на культуру та суспільство був безпрецедентним. Воно стало основним джерелом новин, розваг та реклами, формуючи публічну думку та смаки. Телепрограми та серіали, новинні випуски та ток-шоу стали частиною повсякденного життя, впливаючи на політичні переконання, моду, музику та навіть мову. Важливими культурними моментами, які були відзначені завдяки телебаченню, стали перша людина на Місяці, Олімпійські ігри та важливі політичні події, які могли спостерігати мільйони людей у реальному часі. Телебачення також змінило характер реклами, зробивши її більш візуальною та емоційною, що дозволило брендам ефективніше взаємодіяти зі своєю аудиторією. Це сприяло розвитку споживацької культури та формуванню «культури знаменитостей», де телевізійні зірки ставали впливовими публічними фігурами. Однак, наряду з позитивними аспектами, радіо та телебачення також стикалися з критикою за можливе спотворення інформації, комерціалізацію контенту та підтримку ідеологічних агенд. Питання про вплив мас-медіа на суспільство, особливо на дітей та молодь, залишається предметом гарячих дебатів і досліджень [12]

Цифрова революція, що розпочалася у другій половині ХХ століття, стала наступним величезним стрибком у розвитку комунікаційних технологій, який кардинально змінив повсякденне життя, роботу, освіту та розваги. Персональний комп'ютер (ПК) став доступний для широкої аудиторії у 1970-х роках, після того як компанії, такі як Apple, IBM та Microsoft, почали масове виробництво

доступних і зручних у використанні комп'ютерів для індивідуальних користувачів [13] Це стало можливим завдяки значному прогресу в мікроелектроніці, що дозволило створити малогабаритні та відносно недорогі електронні компоненти. Персональні комп'ютери надавали користувачам безпрецедентну обчислювальну потужність, що раніше була доступна лише великим компаніям та науково-дослідним інститутам. Розвиток персональних комп'ютерів сприяв демократизації технологій та знань. Програмування, обробка даних, створення цифрового контенту стали доступними для широкого кола людей. Програмне забезпечення, таке як текстові процесори, електронні таблиці та графічні редактори, змінило спосіб ведення бізнесу, навчання та творчості [14]

Паралельно з поширенням ПК розвивалася глобальна мережа Інтернет, яка з'єднала мільйони комп'ютерів у єдину мережу, що забезпечила обмін інформацією та ресурсами між користувачами по всьому світу. Початок Інтернету можна відстежити до дослідницьких мереж, таких як ARPANET, розроблених у 1960-х роках в США для потреб наукових і військових установ. Проте він досяг свого справжнього потенціалу у 1990-х роках з розробкою Всесвітньої павутини (World Wide Web) тим бернерс-лі, що спростило доступ до Інтернет-ресурсів завдяки гіпертекстовим посиланням та веб-браузерам. Інтернет радикально змінив спосіб спілкування, дозволивши людям зв'язуватися через електронну пошту, форуми, блоги та соціальні мережі. Він дав змогу миттєво обмінюватися великими обсягами даних, співпрацювати над проектами в режимі реального часу та доступати до необмежених ресурсів інформації. Електронна комерція, онлайн-освіта, цифрові медіа стали звичними аспектами сучасного життя [15]

Цифрова революція також породила нові виклики та питання, пов'язані з безпекою даних, приватністю, цифровим розривом та впливом Інтернету на соціальні взаємодії. Питання про інформаційний перенасичення, залежність від Інтернету та вплив цифрових технологій на психічне здоров'я стають дедалі актуальнішими. Цифрова революція, розпочата з розповсюдженням персональних комп'ютерів та розвитком Інтернету, кардинально змінила світ,

створивши основу для глобальної комунікаційної мережі, що неперервно розвивається та трансформується, адаптуючись до нових викликів сучасного суспільства.

Останні десятиліття ХХ і початок ХХІ століття ознаменувалися стрімким розвитком соціальних медіа та мобільних комунікацій, які суттєво трансформували способи взаємодії людей. Соціальні медіа стали потужним інструментом для обміну інформацією, ідеями та особистим контентом, тоді як мобільні технології забезпечили постійну зв'язність і доступ до цих платформ. Розвиток соціальних мереж почався з форумів і чат-кімнат в інтернеті, де люди могли обговорювати спільні інтереси. Однак справжній вибух популярності прийшов із запуском сайтів на кшталт MySpace, Facebook, і LinkedIn на початку 2000-х років, які дозволили користувачам створювати персоналізовані профілі, ділитися контентом і налагоджувати соціальні зв'язки в онлайн-просторі. Пізніше з'явилися платформи, орієнтовані на конкретні формати контенту, як-от Twitter для коротких повідомлень, Instagram для фотографій і YouTube для відео, що ще більше посилює вплив соціальних медіа на культуру і суспільство [16]

Соціальні медіа радикально змінили способи поширення інформації, даючи змогу користувачам не лише споживати контент, а й брати активну участь у його створенні та поширенні. Це сприяло формуванню більш демократичного та багатоголосого інформаційного простору, де кожен може висловити свою думку та поділитися своїм досвідом. Однак разом із позитивними аспектами, такими як швидке поширення корисної інформації та можливість об'єднуватися навколо соціально значущих проблем, соціальні мережі також породили проблеми, пов'язані з дезінформацією, порушенням конфіденційності та інтернет-залежністю [17]

Мобільні технології стали іншим важливим фактором, який зіграв ключову роль у поширенні соціальних медіа. Розвиток смартфонів і мобільного інтернету зробив доступ до соціальних мереж можливим у будь-який час і в будь-якому місці. Смартфони об'єднали в собі функціонал телефону, камери, мультимедійного плеєра і комп'ютера, що дало змогу користувачам легко

створювати і ділитися контентом на ходу. Мобільні додатки соціальних мереж були спеціально розроблені для зручності користувачів, пропонуючи інтуїтивно зрозумілі інтерфейси та спрощений доступ до функцій платформ. Мобільні технології також радикально змінили спілкування, зробивши його більш безперервним і миттєвим. SMS-повідомлення змінилися месенджерами на кшталт WhatsApp і Telegram, що пропонують групові чати, голосові та відеодзвінки. Ці зміни зробили комунікацію більш особистою та емоційною, даючи змогу людям залишатися на зв'язку з близькими в будь-якій точці світу [18]

Соціальні медіа та мобільні комунікації також мали значний вплив на маркетинг, бізнес і політику, надавши платформи для маркетингових кампаній, онлайн-торгівлі та політичної агітації. Вони стали інструментами для мобілізації громадськості, як у випадку з різноманітними соціальними рухами та протестами, так і для збору коштів та підтримки громадських кампаній. Загалом, розвиток соціальних медіа та мобільних технологій став значним етапом в історії комунікацій, що не лише трансформував способи взаємодії між людьми, а й справив глибокий вплив на культуру, економіку та політику сучасного світу. Ці зміни продовжують формувати нові патерни соціальної поведінки та комунікаційні практики, адаптуючись до технологій і потреб суспільства, що постійно розвиваються [19]

Отже, узагальнюючи розвиток комунікаційних технологій, можна констатувати, що вони пройшли шлях від первісних форм писемності до високотехнологічних цифрових систем, що об'єднують глобальне суспільство. Ця еволюція відбулася через низку значущих інновацій, кожна з яких мала вирішальний вплив на структуру та динаміку людського спілкування. На ранніх етапах розвитку писемності було закладено основи для запису та зберігання інформації. Далі, винахід друкарства став каталізатором для масового розповсюдження знань, сприяючи підвищенню рівня грамотності та інтелектуального розвитку суспільств. Телеграф і телефон зробили можливим миттєвий обмін інформацією на великі відстані, що стало фундаментом для

подальшого розвитку телекомунікацій. Впровадження радіо та телебачення ініціювало еру масових комунікацій, надавши можливість одночасного звернення до широкої аудиторії, що мало значний культурний та соціальний вплив. Цифрова революція, започаткована персональними комп'ютерами та Інтернетом, трансформувала традиційні комунікаційні мережі в глобальну цифрову інфраструктуру, що забезпечує широкий доступ до інформації та послуг. Розвиток соціальних медіа та мобільних комунікацій зробив наступний крок у еволюції комунікацій, розширивши можливості для індивідуального та колективного спілкування, а також для участі в цифровому громадянському суспільстві. Ці технології забезпечили платформи для взаємодії, обміну контентом та мобілізації громадської думки, одночасно породивши нові виклики для суспільства, пов'язані з приватністю, безпекою та інформаційною якістю.

## **1.2. Сучасні інструменти комунікації: класифікація та характеристики**

У наш час, коли глобалізація та цифровізація змінюють усі аспекти нашого життя, комунікація стає не просто важливою, але й визначальною сферою людської діяльності. Від миттєвого обміну повідомленнями до глобальних віртуальних конференцій, сучасні комунікаційні інструменти відкривають нові можливості для взаємодії, освіти, бізнесу та соціальної інтеграції. У цьому контексті виникає потреба в глибокому розумінні різноманітності та особливостей цих інструментів, їхнього впливу на особистісні, культурні та соціальні процеси.

Розвиток комунікаційних технологій можна розглядати як невід'ємну частину цивілізаційного прогресу. Від первісних засобів, таких як димові сигнали та барабанні коди, до листування на папері, телеграфу, телефону, радіо та телебачення, кожен новий етап приносив з собою зміни у способах обміну інформацією. Сучасний етап характеризується бурхливим розвитком цифрових технологій, що зумовило появу інтернету, мобільного зв'язку, соціальних мереж

та безлічі інших інструментів. Ця еволюція не лише розширила можливості комунікації, а й змінила її якість, зробивши обмін інформацією миттєвим, всеосяжним та більш інтерактивним [5]

На початку XXI століття, з розвитком Інтернету та мобільних технологій, почала формуватися нова ера комунікації. Цифрові платформи стали одними з основних інструментів цієї ери, пропонуючи користувачам веб-сервіси для широкого спектра застосувань, від соціальних мереж до електронної комерції. Такі платформи як Facebook, Twitter, LinkedIn та Instagram революціонізували спосіб, яким ми спілкуємося, дозволяючи людям ділитися новинами, ідеями та особистим життям із широкою аудиторією в режимі реального часу. Месенджери, такі як WhatsApp, Telegram, Viber та інші, стали невід'ємною частиною нашого щоденного спілкування, пропонуючи швидкі, зручні та безпечні способи обміну текстовими повідомленнями, зображеннями, відео та іншими файлами. Їхня популярність базується на негайності спілкування та можливості вести приватні та групові чати [21]

Блоги та форуми відіграли ключову роль у розвитку відкритих дискусій та обміну знаннями в Інтернеті. Вони надали індивідуальним користувачам та спільнотам платформу для публікації детальних статей, відгуків, думок та обговорень на безліч тем, від технологій до особистісного розвитку. Електронна пошта, хоча і є одним з найстаріших цифрових комунікаційних інструментів, залишається незамінною частиною професійного та особистого спілкування, дозволяючи швидко та ефективно обмінюватися інформацією між індивідуальними користувачами та великими групами. Відеоконференції, такі як Zoom, Skype та Google Meet, здійснили революцію в бізнес-комунікаціях та освіті, надавши можливість проводити зустрічі, лекції та семінари онлайн з учасниками з усього світу. Ця технологія стала особливо актуальною в умовах глобальних обмежень, пов'язаних з пандемією COVID-19, демонструючи свою здатність підтримувати продуктивну взаємодію на відстані [22]

Останнім часом велику популярність набувають віртуальні асистенти, такі як Siri, Google Assistant та Alexa, які використовують штучний інтелект для

виконання голосових команд, спрощуючи доступ до інформації та управління різноманітними пристроями та сервісами. Передумови виникнення цих комунікаційних інструментів багато в чому зумовлені технологічними інноваціями, зростаючими вимогами до швидкості та зручності обміну інформацією, а також бажанням користувачів мати змогу спілкуватися без обмежень, незалежно від часу та місця. Цей постійний пошук ефективніших способів комунікації призвів до створення різноманітних інструментів, кожен з яких задовольняє певні потреби та уподобання користувачів [23]

Розвиток сучасних комунікаційних інструментів нерозривно пов'язаний із стрімким прогресом у галузі технологій. Серед найвпливовіших можна виділити штучний інтелект (ШІ), машинне навчання, блокчейн та Інтернет речей (IoT), кожна з яких внесла свій вклад у революцію в області комунікацій. Штучний інтелект і машинне навчання, без перебільшення, можна назвати одними з найважливіших інновацій останнього десятиліття. ШІ не лише змінив спосіб обробки даних, але й радикально трансформував інтерактивність і персоналізацію в комунікаційних інструментах. Від рекомендаційних систем у соціальних мережах до персоналізованих віртуальних асистентів, які відповідають на запити користувачів у реальному часі, ШІ значно покращив здатність систем комунікації забезпечувати більш відповідний та залучаючий досвід для користувачів [1]. Технології машинного навчання дозволяють системам вчитися з досвіду, покращуючи свою продуктивність без прямого програмування. У сфері комунікацій це має велике значення для фільтрації спаму в електронних поштах, покращення якості аудіо та відеозв'язку та навіть у розробці алгоритмів, які передбачають, які теми або повідомлення можуть бути найцікавішими для користувачів у певний момент часу [24]

Блокчейн, хоча й відомий переважно через своє застосування у криптовалютах, також пропонує унікальні можливості для комунікаційних інструментів. Децентралізована природа блокчейна забезпечує високий рівень безпеки та прозорості, що може бути використано для створення надійних і безпечних систем обміну повідомленнями, а також для автентифікації та

верифікації ідентичності користувачів у цифровому середовищі [25]

Основні характеристики сучасних комунікаційних інструментів, такі як швидкість передачі, доступність, масштабованість, безпека та інтерактивність, є критично важливими для їх ефективності та широкого прийняття у різних сферах суспільного життя. Швидкість передачі даних сьогодні вражає: текстові повідомлення та електронні листи досягають своїх отримувачів майже миттєво, незалежно від географічного розташування. Відеоконференції та онлайн-трансляції забезпечують високу якість зображення та звуку в реальному часі, що стає можливим завдяки сучасним стандартам інтернет-з'єднань та передовим алгоритмам компресії даних [3]

Доступність комунікаційних інструментів забезпечується через широкий спектр пристроїв - від стаціонарних комп'ютерів та ноутбуків до смартфонів та планшетів, а також через різноманіття операційних систем і платформ. Це забезпечує можливість їх використання в широкому колі ситуацій, від особистого спілкування до професійної діяльності. Масштабованість є ключовою для бізнесу та урядових організацій, дозволяючи легко адаптувати комунікаційні системи до змінюваних потреб та зростаючого числа користувачів. Це означає, що системи можуть ефективно функціонувати як в умовах невеликих команд, так і в масштабах великих корпорацій або державних структур [3]

Безпека є одним з найважливіших аспектів, особливо коли йдеться про обмін конфіденційною або особистою інформацією. Сучасні технології шифрування, двофакторна аутентифікація та інші методи захисту даних забезпечують високий рівень безпеки для користувачів. Інтерактивність комунікаційних інструментів дозволяє користувачам не лише обмінюватися повідомленнями, але й активно взаємодіяти за допомогою голосових та відеодзвінків, спільного доступу до документів, інтерактивних онлайн-ігор та платформ для співпраці [17] Ці характеристики знаходять своє застосування у різних сферах. У бізнесі електронна пошта, CRM-системи та платформи для відеоконференцій спрощують спілкування між співробітниками, партнерами та клієнтами, забезпечуючи ефективну координацію роботи та обслуговування

клієнтів. У освіті платформи для електронного навчання та віртуальні класні кімнати відкривають нові можливості для доступу до знань, підтримуючи інтерактивність та залученість студентів. У медицині телемедицина та мобільні додатки для моніторингу здоров'я покращують якість і доступність медичних послуг. Урядові служби використовують комунікаційні інструменти для підвищення прозорості діяльності, забезпечення зв'язку з громадянами та ефективної координації в умовах надзвичайних ситуацій [6]

Сучасні комунікаційні інструменти не лише трансформували способи, якими ми обмінюємося інформацією, але й глибоко вплинули на соціальні та культурні аспекти нашого життя. Цей вплив проявляється в різноманітних сферах, від повсякденного спілкування до глобальних культурних змін. Однією з найважливіших змін у повсякденному житті є те, як комунікаційні інструменти зміцнили та розширили наші соціальні зв'язки. Соціальні мережі, месенджери та інші платформи дозволили людям підтримувати зв'язок з родиною та друзями, незалежно від фізичної віддаленості, стираючи географічні та часові бар'єри. Це змінило сприйняття простору та часу в комунікації, роблячи світ більш інтегрованим і взаємопов'язаним [2]

Комунікаційні інструменти також зіграли ключову роль у формуванні сучасних культурних ідентичностей та спільнот. Вони надають платформу для вираження, обміну та поширення культурних цінностей, ідей та творчості, дозволяючи культурним рухам і субкультурам швидко поширюватися та залучати прихильників з усього світу. Водночас це викликає питання про вплив глобалізації на локальні культури та збереження культурної унікальності в умовах всеохоплюючого цифрового простору. Крім того, сучасні комунікаційні інструменти суттєво впливають на мову та спілкування. Еволюція цифрової комунікації сприяла появі нових форм вираження, таких як емодзі, меми та інтернет-сленг, які стали важливою частиною повсякденного спілкування. Це не лише збагатило мову новими засобами вираження, але й викликало дискусії про зміни в мовних нормах та вплив цифрової комунікації на грамотність [2]

Етичні аспекти використання сучасних комунікаційних інструментів

становлять ще одну важливу ділянку дискусій. Проблеми конфіденційності та захисту особистих даних, маніпуляції інформацією та фейкові новини, цифрове насильство та токсичність в онлайн-спільнотах – все це виклики, з якими суспільство стикається в епоху цифрових комунікацій. Розробка та дотримання етичних принципів та стандартів у використанні комунікаційних інструментів є ключовим для підтримки здорового інформаційного простору та захисту прав і свобод користувачів. Враховуючи вищезгадане, вплив сучасних комунікаційних інструментів на соціальне та культурне життя є глибоким та багатогранним. Вони пропонують неймовірні можливості для розвитку та взаємодії, але також ставлять перед суспільством нові виклики, з якими важливо вміти ефективно справлятися [26]

Отже, аналіз сучасних комунікаційних інструментів, їх класифікації, технологічних аспектів, характеристик та функціональних можливостей, а також соціального та культурного впливу, дозволяє зробити важливі висновки щодо центральної ролі цих інструментів у сучасному світі. По-перше, сучасні комунікаційні інструменти охоплюють широкий спектр платформ і технологій, кожна з яких має свої унікальні можливості та застосування. Від соціальних мереж і месенджерів до блогів, форумів, електронної пошти та відеоконференцій - кожен інструмент служить певній меті та сприяє різноманітним формам комунікації. По-друге, розвиток цих інструментів тісно пов'язаний із прогресом у ключових технологічних областях, таких як штучний інтелект, машинне навчання, блокчейн та Інтернет речей. Ці технології не тільки підвищують ефективність та функціональні можливості комунікаційних інструментів, але й відкривають нові горизонти для інновацій та розширення їх застосування. По-третє, характеристики таких інструментів, як швидкість передачі, доступність, масштабованість, безпека та інтерактивність, визначають їх здатність задовольняти різноманітні потреби користувачів у різних сферах, включаючи бізнес, освіту, медицину та урядові служби. Ці характеристики також сприяють широкому прийняттю та інтеграції цих інструментів у повсякденне життя. По-четверте, соціальний та культурний вплив сучасних комунікаційних інструментів

є значним. Вони не тільки змінюють спосіб, яким ми спілкуємося та підтримуємо зв'язки, але й впливають на наші культурні практики, мову, ідентичність та соціальні взаємодії.

### **1.3. Роль і місце нових медіа в комунікаційному процесі**

Комунікація, як основний аспект людського існування, постійно розвивається, від примітивних сигналів і письмен до високотехнологічних цифрових медіа. Сучасні комунікаційні технології охоплюють широкий спектр платформ і інструментів, що забезпечують миттєвий обмін інформацією та взаємодію між людьми з різних куточків світу.

Нові медіа - це термін, який використовується для опису цифрових та інтерактивних форм комунікації, що виникли завдяки цифровій революції. Вони включають соціальні мережі, блоги, вебсайти, мультимедійні платформи та інші цифрові інструменти, що дозволяють користувачам створювати, ділитися та споживати контент. Розуміння ролі та місця нових медіа у комунікаційному процесі є ключовим для аналізу сучасних соціокультурних змін, вивчення впливу на індивідуальну та колективну поведінку, а також для розробки ефективних стратегій використання цих інструментів у різних сферах діяльності [27]

Нові медіа кардинально змінили ландшафт сучасного суспільства, впливаючи на всі аспекти нашого життя, від способу взаємодії з іншими людьми до формування політичного дискурсу та процесів навчання та освіти. Ці зміни є одночасно і динамічними, і комплексними, що вимагає детального розгляду кожного аспекту. Еволюція соціальних зв'язків, що була ініційована новими медіа, можна спостерігати у повсюдному поширенні соціальних мереж, які перетворили способи взаємодії між людьми. Ці платформи, такі як Facebook, Twitter та Instagram, не просто відкрили нові шляхи для спілкування, але й створили цілісні спільноти зі спільними інтересами, які могли бути географічно роз'єднані. Ця глобалізація комунікації дозволила людям з різних куточків

планети обмінюватися думками, ідеями та культурними цінностями, сприяючи взаєморозумінню та солідарності на міжнародному рівні. Однак, поряд з позитивними аспектами, ця глобалізована взаємодія також породила питання про конфіденційність, маніпуляцію думками та поширення дезінформації, що ставить перед суспільством нові виклики [28]

Вплив нових медіа на політичний дискурс також важко переоцінити. Соціальні мережі та інші платформи забезпечили політичним діячам, активістам та звичайним громадянам потужний інструмент для поширення своїх ідей, мобілізації прихильників та організації кампаній. Це призвело до демократизації політичного дискурсу, де кожна особа має можливість висловити свою думку та вплинути на громадську думку. Проте, разом з позитивними аспектами, існує й ризик поширення неперевіреної інформації та фейків, що може призвести до поляризації суспільства та підриву довіри до традиційних інститутів. Зміни, внесені новими медіа у сферу освіти та навчання, також мають далекосяжні наслідки. Цифрові технології та онлайн-платформи відкрили доступ до широкого спектра освітніх ресурсів, що робить навчання більш гнучким та доступним. Відеолекції, онлайн-курси, інтерактивні платформи та цифрові бібліотеки стали невід'ємною частиною сучасного освітнього процесу, забезпечуючи студентам та викладачам нові можливості для взаємодії та обміну знаннями. Однак, ця цифровізація навчання також порушує питання про цифровий поділ, оскільки доступ до якісних освітніх ресурсів вимагає наявності відповідних технічних засобів та інтернет-підключення, що не завжди доступно у всіх регіонах і соціальних групах [29]

Нові медіа відіграють вирішальну роль у сфері професійної комунікації, розширюючи можливості корпоративного спілкування, маркетингу та журналістики. Їх вплив на ці аспекти є комплексним та мультидисциплінарним, оскільки вони інтегруються в різноманітні професійні контексти, пропонуючи нові стратегії та викликаючи значні зміни в існуючих практиках. Корпоративне використання нових медіа охоплює широкий спектр застосувань, від внутрішньої комунікації та управління проектами до брендингу та клієнтського

обслуговування [30] Соціальні мережі, корпоративні блоги, платформи для відеоконференцій та інші інструменти дозволяють компаніям підтримувати постійний зв'язок зі співробітниками, партнерами та клієнтами, забезпечуючи ефективне поширення інформації та швидке реагування на зміни у бізнес-середовищі. Внутрішньо, ці інструменти сприяють кращій координації роботи, збільшенню продуктивності та розвитку корпоративної культури. Зовнішньо, вони надають засоби для побудови та підтримки бренду, встановлення довгострокових відносин із клієнтами та ефективного управління репутацією [31]

Маркетинг та реклама в нових медіа переживають справжній ренесанс завдяки можливостям цифрових технологій. Соціальні мережі, пошукова оптимізація (SEO), контекстна реклама, інфлюенсер-маркетинг та контент-маркетинг стали ключовими елементами сучасних маркетингових стратегій. Вони дозволяють компаніям не просто донести інформацію про продукти та послуги до цільової аудиторії, але й залучити потенційних клієнтів до взаємодії, створюючи персоналізовані та значущі досвіди. Це сприяє не тільки зростанню впізнаваності бренду та продажів, але й формуванню лояльної спільноти навколо бренду. Ефективність маркетингу в нових медіа залежить від здатності адаптуватися до постійно змінюючих уподобань аудиторії та інноваційних технологій, що вимагає глибокого аналізу даних та креативного підходу [32]

Вплив нових медіа на журналістику та новинний контент є одним з найбільш помітних аспектів їхнього впровадження. Цифровізація новинної індустрії змінила не тільки формати та канали поширення контенту, але й сам процес його створення та споживання. Блоги, соціальні мережі та онлайн-платформи стали важливими джерелами інформації, дозволяючи журналістам швидко збирати дані, взаємодіяти з аудиторією та поширювати новини в реальному часі [33] Це зробило новинний контент більш доступним та різноманітним, але також породило виклики, пов'язані з перевіркою фактів, об'єктивністю та впливом алгоритмів на формування новинних порядків денних. Журналістика в епоху нових медіа вимагає не тільки традиційних навичок збору

та аналізу інформації, але й вміння адаптуватися до нових технологій та комунікативних практик. Таким чином, вплив нових медіа на професійну комунікацію є багатограним і глибоким, відкриваючи нові горизонти можливостей для корпоративного спілкування, маркетингу та журналістики. Ці зміни спонукають професіоналів до неперервного навчання, інновацій та критичного осмислення викликів, що стоять перед ними в епоху цифрової трансформації [34]

Поширення нових медіа справило значний вплив на соціокультурний ландшафт сучасного суспільства, привносячи зміни у такі аспекти, як ідентичність та самопрезентація, доступність інформації та етичні стандарти в цифровому просторі. У контексті ідентичності та самопрезентації, нові медіа створили простір, де індивіди мають змогу виражати себе та формувати свої онлайн-персони. Соціальні мережі, блоги та інші платформи надають користувачам інструменти для курації особистого контенту, який відображає їхні інтереси, переконання та життєвий досвід. Це дало змогу людям виявляти свою унікальність та знаходити однодумців у глобальному масштабі. Водночас ця самопрезентація може призводити до створення ідеалізованих онлайн-образів, які часто не відображають реального життя, спричиняючи питання щодо автентичності, самооцінки та порівняння з іншими [35]

Цифровий поділ та питання доступності стали ще одними важливими аспектами впливу нових медіа. Незважаючи на значний прогрес у розширенні доступу до інтернету та цифрових технологій, існують великі розбіжності в можливостях доступу до цих ресурсів між різними регіонами, соціальними та економічними групами. Це створює «цифровий розрив», де частині населення відмовляється в доступі до важливої інформації, освітніх та професійних можливостей, що може поглиблювати існуючі соціальні та економічні нерівності. Подолання цього розриву вимагає зусиль з боку урядів, некомерційних організацій та бізнесу для забезпечення ширшого доступу та освітніх програм, спрямованих на підвищення цифрової грамотності [36]

Етичні засади та питання приватності в нових медіа стали предметом

гострого суспільного діалогу. Інтерактивність та персоналізація, які пропонують нові медіа, часто базуються на зборі та аналізі величезних обсягів особистих даних користувачів. Це порушує питання про те, як ці дані збираються, використовуються та захищаються. Випадки неналежного використання даних, такі як витоки інформації, цілеспрямована реклама та маніпуляції з даними, викликають занепокоєння щодо права на приватне життя та автономію індивідів в цифровому світі. Реагуючи на ці виклики, багато країн впроваджують законодавчі рамки, такі як Загальний регламент захисту даних (GDPR) в Європейському Союзі, спрямовані на захист особистих даних та надання користувачам більшого контролю над їхньою інформацією [37]

Однак, разом із викликами, нові медіа також пропонують значні можливості для суспільства та індивідів. Вони можуть сприяти глобалізації знань, демократизації інформації та стимулюванню культурного та творчого обміну. Активне використання нових медіа може посилити громадську участь у соціальних та політичних процесах, підвищити обізнаність щодо глобальних проблем та сприяти соціальній згуртованості. Новітні технології, такі як блокчейн, обіцяють додати новий рівень безпеки та прозорості у взаємодії в цифровому просторі, від відкритих журналів транзакцій до безпечного обміну даними. Ці технології можуть також сприяти створенню нових форм цифрової економіки, де користувачі мають більше контролю та власності над своїм цифровим вмістом [38]

Отже, ретельний аналіз ролі та місця нових медіа в сучасному комунікаційному процесі виявив їх вирішальне значення у формуванні інформаційного простору, соціальних взаємодій та культурних контекстів. Нові медіа, які характеризуються інтерактивністю, цифровізацією та високою доступністю, радикально трансформували традиційні підходи до збору, обробки та розповсюдження інформації, відкривши нові можливості для індивідуального та колективного вираження. Одним з ключових висновків стало усвідомлення того, що нові медіа не лише збагатили комунікаційний ландшафт, але й створили нові виклики та питання, що вимагають уваги. Розвиток нових медіа сприяв

демократизації інформаційного простору, дозволяючи кожному користувачу не лише споживати, але й генерувати контент, впливаючи на громадську думку та соціальні процеси. Також стало очевидним, що нові медіа змінили традиційні уявлення про приватність, авторство та власність на інформацію. В епоху глобальної цифровізації з'явилися нові етичні та юридичні дилеми, пов'язані з використанням особистих даних, захистом інтелектуальної власності та боротьбою з дезінформацією. Крім того, поширення нових медіа вплинуло на професійну сферу, переосмисливши підходи до маркетингу, реклами, корпоративного спілкування та журналістики. Цифрові платформи відкрили нові канали для взаємодії з аудиторією, збору зворотного зв'язку та адаптації стратегій в реальному часі.

Важливим аспектом стала зміна ідентичності та самопрезентації в цифровому просторі, де користувачі мають можливість курувати свій онлайн-образ, що може як сприяти самовираженню, так і призводити до психологічних проблем, пов'язаних з ідеалізацією та порівнянням з іншими. У контексті соціокультурних змін, нові медіа сприяли глобалізації комунікації, видаленню географічних та культурних бар'єрів, але також породили цифровий розрив, що підкреслює нерівність у доступі до цифрових ресурсів.

#### **1.4. Етичні аспекти використання сучасних інструментів комунікації**

Сучасні інструменти комунікації об'єднують широкий спектр цифрових платформ та технологій, що дозволяють людям обмінюватися інформацією, знаннями та емоціями незалежно від географічного розташування. До таких інструментів належать соціальні мережі, месенджери, форуми, блоги, електронна пошта, відеоконференції та багато інших. Етика в контексті цифрової комунікації стосується моральних принципів та норм поведінки, яких слід дотримуватися при використанні цих інструментів. Це включає питання приватності, авторського права, верифікації інформації, відповідальності за

поширення контенту та поваги до прав і свобод інших осіб [1]

Сучасні інструменти комунікації грають вирішальну роль у сформуванні суспільної думки, розвитку демократії, освіти та культури. Вони створюють безпрецедентні можливості для обміну ідеями, самовираження та навчання. Однак разом із перевагами, вони несуть і значні виклики, зокрема пов'язані з етичними дилемами: неконтрольованим поширенням неперевіреної інформації, порушенням приватності, кібербулінгом, маніпуляцією думкою громадськості.

Комунікаційні інструменти революціонізували способи взаємодії, поширення інформації та ведення бізнесу. Однак з поширенням цифрових платформ виникає безліч етичних проблем, які потребують вирішення. У цьому есеї розглядаються чотири основні етичні проблеми, пов'язані з комунікаційними інструментами: конфіденційність і приватність, дезінформація і маніпуляції, цифрове насильство, а також авторське право та інтелектуальна власність [6] Конфіденційність і приватність є фундаментальними правами, які необхідно захищати в цифрову епоху. Комунікаційні інструменти часто вимагають від користувачів ділитися особистою інформацією, такою як контактні дані та історія переглядів, що викликає занепокоєння щодо конфіденційності даних. Більше того, потенційна можливість витоку даних і несанкціонованого доступу до них становить значну загрозу конфіденційності [17]

Однією з етичних проблем, пов'язаних з конфіденційністю та приватністю, є збір та використання даних користувачів постачальниками засобів комунікації. Компанії часто збирають великі обсяги даних про діяльність користувачів в Інтернеті для таргетованої реклами та інших цілей без належної згоди. Така практика не лише порушує приватне життя людей, але й піднімає питання про етичні наслідки комерціалізації особистої інформації. Інше занепокоєння викликає безпека самих засобів комунікації. Вразливості в програмному забезпеченні або недостатнє шифрування можуть зробити конфіденційну інформацію доступною для хакерів і зловмисників [39] Етичний обов'язок розробників засобів комунікації - визначати пріоритетність заходів безпеки та регулярно оновлювати свої системи, щоб зменшити ризики для приватності

користувачів.

Поширення засобів комунікації демократизувало доступ до інформації, але водночас сприяло поширенню неправдивої інформації та дезінформації. Зокрема, соціальні медіа-платформи критикують за поширення неправдивих наративів і теорій змови, що призводить до реальних наслідків, таких як політична поляризація і криза громадського здоров'я. Одним з етичних питань є роль постачальників комунікаційних інструментів у боротьбі з дезінформацією [40] Хоча ці компанії вживають заходів для маркування або видалення неправдивого контенту, вони стикаються з проблемами в балансуванні між свободою слова та необхідністю запобігання шкоді. Відсутність прозорості в алгоритмах модерації контенту та процесах прийняття рішень викликає занепокоєння щодо підзвітності та цензури. Крім того, використання комунікаційних інструментів для цілеспрямованої маніпуляції створює етичні дилеми. Алгоритми соціальних мереж, які надають пріоритет залученню, можуть ненавмисно сприяти поширенню контенту, що розколює суспільство, або сенсаційного контенту, сприяючи виникненню «камер відлуння» та «бульбашок фільтрів». Крім того, поширення «діпфейків» та інших форм цифрових маніпуляцій підриває довіру до джерел інформації в Інтернеті та посилює недовіру в суспільстві [41]

Комунікаційні інструменти стали векторами для різних форм цифрового насильства, включаючи кібербулінг, переслідування та мову ворожнечі. Анонімність та охоплення, які надають онлайн-платформи, можуть заохочувати кривдників до безкарної шкідливої поведінки, що призводить до серйозної психологічної та емоційної шкоди для жертв. Одним з етичних питань є відповідальність провайдерів комунікаційних інструментів за протидію цифровому насильству на своїх платформах. Хоча умови надання послуг часто забороняють насильницьку поведінку, механізми правозастосування можуть бути неадекватними, що дозволяє переслідуванням продовжуватися. Крім того, глобальний характер онлайн-комунікації створює проблеми з узгодженням різних культурних норм і правових рамок щодо свободи слова та вираження поглядів. Ще одне занепокоєння викликає психологічний вплив цифрового

насильства на окремих осіб і спільноти. Дослідження показали, що тривале переслідування в Інтернеті може призвести до тривоги, депресії і навіть самогубства. Постачальники засобів комунікації повинні надавати пріоритет благополуччю користувачів і вживати заходів для запобігання та пом'якшення шкідливих наслідків цифрового насильства [42]

Легкість обміну цифровим контентом за допомогою засобів комунікації піднімає етичні питання щодо авторського права та прав інтелектуальної власності. Несанкціоноване розповсюдження матеріалів, захищених авторським правом, таких як музика, відео та письмові твори, позбавляє авторів справедливої винагороди і підриває стимул до створення оригінального контенту. Однією з етичних проблем є роль провайдерів комунікаційних інструментів у сприянні порушенню авторських прав [43] Платформи для обміну файлами та додатки для обміну повідомленнями часто слугують каналами для поширення піратських матеріалів, незважаючи на зусилля, спрямовані на дотримання авторських прав. Напруженість між захистом інтелектуальної власності та збереженням відкритого обміну інформацією підкреслює потребу в нюансованих підходах до захисту авторських прав у цифровому середовищі. Більше того, поява платформ користувацького контенту розмила межі між творцем і споживачем, ускладнивши питання власності та атрибуції [43] Автори можуть зіткнутися з тим, що їхні роботи переробляються або монетизуються без їхньої згоди, що призводить до суперечок щодо прав інтелектуальної власності. Постачальники комунікаційних інструментів повинні встановити чіткі правила та механізми вирішення спорів щодо авторських прав, поважаючи при цьому права користувачів на творче самовираження.

Широке використання засобів комунікації призвело до виникнення різних етичних проблем, включаючи питання, пов'язані з приватним життям, дезінформацією, цифровим насильством та інтелектуальною власністю. Вирішення цих етичних проблем вимагає багатовекторного підходу, який охоплює регулювання, саморегуляцію суспільства та освітні програми. У цьому есеї досліджуються ці три етапи вирішення етичних проблем саме в контексті

комунікаційних інструментів [44]

Законодавство слугує фундаментальним механізмом для вирішення етичних проблем, пов'язаних з комунікаційними інструментами. Уряди приймають закони для встановлення меж, захисту прав користувачів і притягнення зацікавлених сторін до відповідальності за їхні дії. Ефективне регулювання може допомогти зменшити ризики, сприяти прозорості та гарантувати, що комунікаційні інструменти слугують суспільним інтересам. Одним з аспектів законодавчого регулювання є конфіденційність і безпека даних. Такі закони, як Загальний регламент про захист даних (GDPR) у Європейському Союзі та Каліфорнійський закон про конфіденційність споживачів (CCPA) у США, встановлюють стандарти збору, обробки та зберігання персональних даних постачальниками комунікаційних інструментів. Ці норми спрямовані на захист конфіденційності користувачів, підвищення прозорості та надання людям можливості контролювати свою особисту інформацію [45, 46]. Крім того, законодавство може вирішувати проблеми дезінформації та дезінформації, покладаючи на платформи відповідальність за контент, який вони розміщують. Наприклад, Закон про цифрові послуги, запропонований Європейською комісією, має на меті встановити правила для онлайн-посередників для боротьби з незаконним контентом, зокрема мовою ворожнечі та шкідливою дезінформацією [46]. Накладаючи зобов'язання на постачальників засобів комунікації відстежувати та видаляти шкідливий контент, законодавство може допомогти зменшити поширення дезінформації, водночас захищаючи свободу вираження поглядів.

Однак законодавче регулювання має забезпечувати баланс між захистом прав користувачів і сприянням інноваціям та свободі слова. Надмірно обмежувальне регулювання може стримувати технологічний прогрес і обмежувати доступ до інформації, тоді як неадекватне регулювання не зможе ефективно вирішувати етичні проблеми, що виникають. Тому політики повинні вести постійний діалог із зацікавленими сторонами, щоб розробити регуляторну базу, яка буде адаптивною, пропорційною та відповідатиме новим загрозам і

можливостям, що з'являються.

На додаток до законодавчого регулювання, саморегулювання спільнот відіграє вирішальну роль у формуванні етичних норм і поведінки в цифровій екосистемі. Спільноти користувачів, зацікавлені сторони галузі та організації громадянського суспільства можуть співпрацювати для створення добровільних керівних принципів, кодексів поведінки та механізмів підзвітності, які сприятимуть відповідальному використанню комунікаційних інструментів. Одним із прикладів саморегулювання спільнот є розробка онлайн-платформами політики модерації контенту [47]. Наприклад, соціальні медіа-компанії можуть встановлювати стандарти спільноти, які визначають прийнятну поведінку, забороняють мову ворожнечі та переслідування, а також надають механізми для повідомлення та видалення контенту, що порушує їхні права. Надаючи користувачам можливість позначати неприйнятний контент і брати участь у модерації, платформи можуть сприяти формуванню у своїх користувачів почуття відповідальності та підзвітності. Крім того, професійні асоціації та галузеві групи можуть відігравати певну роль у просуванні етичних стандартів і найкращих практик серед своїх членів. Наприклад, Товариство професійних журналістів (SPJ) розробило етичний кодекс для журналістів, який наголошує на таких принципах, як правдивість, незалежність та підзвітність [48]. Аналогічно, Інтернет-товариство (ISOC) виступає за відкритий, глобально пов'язаний і безпечний Інтернет за допомогою спільних ініціатив і політичної адвокації [49].

Саморегулювання спільнот ґрунтується на добровільній участі та колективних діях, що робить його адаптивним до різноманітних контекстів та етичних викликів, що змінюються. Однак воно може стикатися з обмеженнями у забезпеченні однакового дотримання та підзвітності, особливо в децентралізованих або фрагментованих громадах. Тому зусилля, спрямовані на сприяння саморегулюванню громад, мають надавати пріоритет інклюзивності, прозорості та співпраці між зацікавленими сторонами.

Освіта відіграє життєво важливу роль у підвищенні обізнаності, розвитку критичного мислення та заохоченні відповідальної поведінки серед користувачів

комунікаційних інструментів. Освітні програми можуть забезпечити людей знаннями, навичками та етичними засадами, необхідними для навігації в цифровому середовищі, критичного оцінювання інформації та етичного прийняття рішень. Одним з аспектів освіти є медіаграмотність та цифрове громадянство. Школи та навчальні заклади можуть інтегрувати навчальні програми з медіаграмотності, які навчають учнів критично оцінювати інформацію в Інтернеті, виявляти упередження та дезінформацію, а також брати участь у відповідальній поведінці в Інтернеті. Надаючи людям можливість стати вибагливими споживачами і творцями цифрового контенту, освіта з медіаграмотності може допомогти зменшити поширення дезінформації та сприяти усвідомленій громадянській участі. Крім того, програми професійного розвитку можуть надати фахівцям спеціалізовану підготовку з етичних міркувань, характерних для їхньої сфери діяльності. Наприклад, журналісти та працівники ЗМІ можуть брати участь у воркшопах або семінарах з етичного висвітлення подій, перевірки джерел та конфлікту інтересів. Так само освітяни та батьки можуть пройти навчання з питань сприяння цифровому благополуччю, управління екранним часом та виховання здорових онлайн-звичок у дітей і підлітків.

Отже, етичні питання, пов'язані з використанням комунікаційних інструментів, охоплюють широкий спектр проблем - від приватності та дезінформації до цифрового насильства та інтелектуальної власності. Вирішення цих питань вимагає співпраці між постачальниками комунікаційних інструментів, політиками та громадянським суспільством з метою розробки рамок, які надають пріоритет етичним принципам, таким як прозорість, підзвітність та повага до прав людини. Визнаючи та зменшуючи ризики, пов'язані з комунікаційними інструментами, ми можемо використати їхній потенціал для зміцнення значущих зв'язків, полегшення обміну знаннями та сприяння позитивним соціальним змінам у цифрову епоху.

## РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ МЕДІА В ЖУРНАЛІСТИЦІ

### 2.1. Аналіз сучасного стану медійного простору та впливу нових медіа

Поширення нових медіа в сучасному суспільстві призвело до зміни парадигми того, як люди споживають інформацію, спілкуються та взаємодіють з контентом, глибоко впливаючи на різні аспекти суспільної динаміки. Поява соціальних медіа-платформ, зокрема Facebook, Twitter та Instagram, змінила ландшафт споживання новин. Ці платформи стали основними джерелами інформації для мільйонів користувачів по всьому світу, пропонуючи миттєвий доступ до новин та поточних подій. На відміну від традиційних ЗМІ, соціальні мережі демократизують поширення інформації, дозволяючи користувачам ділитися новинами, думками та поглядами з безпрецедентною швидкістю та охопленням [50]

Однак ця демократизація інформації також викликає занепокоєння щодо поширення дезінформації та формування «камер відлуння». Вірусна природа соціальних мереж часто сприяє швидкому поширенню неперевіреного або оманливого контенту, що призводить до поширення неправдивої інформації та увічнення чуток і теорій змови. Крім того, алгоритмічна курація контенту на платформах соціальних мереж має тенденцію зміцнювати існуючі переконання та вподобання користувачів, сприяючи формуванню ехо-камер, де люди отримують лише ту інформацію, яка відповідає їхньому світогляду. Крім того, поява нових медіа спричинила значні виклики для традиційних журналістських стандартів [51] З появою громадянської журналістики та контенту, створеного користувачами, межа між професійною журналістикою та аматорськими репортажами стає все більш розмитою. Хоча громадянська журналістика розширила можливості людей документувати події та ділитися ними з перших вуст, вона також піднімає питання щодо надійності, точності та достовірності інформації, яка поширюється нетрадиційними каналами [52]

Нові медіа-технології революціонізували моделі комунікації,

уможлививши миттєвий зв'язок і співпрацю через географічні кордони. Такі платформи, як WhatsApp, Slack і Zoom, трансформували комунікацію на робочому місці, полегшивши організацію віддаленої роботи і віртуальних зустрічей. Ці інструменти не лише підвищують ефективність і продуктивність, але й сприяють більшій гнучкості та балансу між роботою і особистим життям працівників. Більше того, соціальні медіа-платформи переосмислили міжособистісне спілкування, надаючи людям безпрецедентні можливості для нетворкінгу, соціалізації та розбудови спільнот [52] Такі платформи, як Facebook та LinkedIn, дозволяють користувачам спілкуватися з друзями, родиною, колегами та однодумцями з усього світу, сприяючи створенню віртуальних спільнот, заснованих на спільних інтересах, захопленнях та зв'язках. Крім того, соціальні медіа слугують платформою для самовираження та формування ідентичності, дозволяючи користувачам курувати свої онлайн-персони та займатися особистим брендингом. Однак поширеність соціальних мереж у міжособистісному спілкуванні також викликає занепокоєння щодо їхнього впливу на соціальну взаємодію та відносини. Поширення цифрових комунікаційних платформ призвело до відходу від особистого спілкування, що потенційно може знизити якість і глибину міжособистісних зв'язків. Більше того, постійний зв'язок, якому сприяють соціальні мережі, може призвести до відчуття ізоляції, тривоги та інформаційного перевантаження, що загострює проблеми психічного здоров'я серед користувачів [53]

Вплив нових медіа на суспільство проявляється в їхньому глибокому впливі на споживання новин, моделі комунікації та міжособистісні стосунки. Хоча нові медіа-технології пропонують безпрецедентні можливості для обміну інформацією, співпраці та розбудови спільнот, вони також створюють складні виклики, включаючи поширення дезінформації, формування «камер відлуння» та ерозію традиційних журналістських стандартів. Оскільки суспільство продовжує орієнтуватися в мінливому медіа-ландшафті, важливо підходити до нових медіа-технологій з критичною грамотністю, етичною відповідальністю та прагненням сприяти поінформованому та інклюзивному суспільному дискурсу [51]

Поява нових медіа започаткувала трансформаційну епоху в поширенні інформації, докорінно змінивши динаміку того, як розповідають, слухають і поширюють історії. Одним з найбільш значущих наслідків стала демократизація поширення інформації, що дозволила окремим особам і маргіналізованим громадам ділитися своїми історіями та поглядами з безпрецедентною легкістю і широким охопленням.

Центральне місце в цій демократизації посідає розвиток громадянської журналістики, якому сприяє широке розповсюдження смартфонів і повсюдне поширення платформ соціальних мереж. Громадянські журналісти, часто звичайні люди, які мають доступ до мобільних пристроїв, стали репортерами з передової, документуючи події в міру їхнього розгортання і ділячись інформацією з перших вуст з глобальною аудиторією [50] Такий низовий підхід до журналістики демократизував процес збору новин, дозволивши почути різні голоси і посилити маргіналізовані точки зору. Крім того, громадянська журналістика відіграла ключову роль у підвищенні обізнаності про соціальні проблеми та забезпеченні підзвітності інституцій. Через призму громадянської журналістики історії, які в іншому випадку могли б залишитися поза увагою або бути проігнорованими традиційними ЗМІ, набули розголосу і викликали суспільний дискурс. Від протестів і низових рухів до випадків соціальної несправедливості та урядової корупції - громадянські журналісти відіграли важливу роль у висвітленні питань, важливих для їхніх громад [52]

Однак переважання користувацького контенту в нових медіа також ставить під сумнів достовірність поширення інформації. Межа між фактом і думкою стає все більш розмитою в умовах, коли будь-хто може публікувати контент в Інтернеті, незалежно від його точності та правдивості. Це явище кидає виклик традиційній ролі професійних журналістів, які навчені дотримуватися етичних стандартів і перевіряти інформацію перед публікацією. Крім того, вірусний характер соціальних мереж посилює поширення користувацького контенту, який часто надає перевагу сенсаційності, а не точності. У цьому середовищі неправдива інформація та дезінформація можуть швидко поширюватися, сіючи

плутанину та підриваючи довіру громадськості до традиційних джерел новин та інформації [54]

Незважаючи на ці виклики, громадянська журналістика та користувачський контент продовжують відігравати життєво важливу роль у формуванні суспільного дискурсу та притягненні влади до відповідальності. Орієнтуючись у складнощах нового медіа-ландшафту, важливо розвивати навички критичної медіа-грамотності, щоб відрізнити факти від вигадок і дотримуватися принципів етичної журналістики. Надаючи людям можливість ділитися своїми історіями, зберігаючи при цьому прихильність до правди і точності, ми можемо використати потенціал нових медіа для розбудови поінформованих, інклюзивних і демократичних суспільств [55]

Поява нових медіа принесла безліч як можливостей, так і викликів, глибоко змінивши структуру нашого цифрового суспільства. Хоча нові медіа-платформи пропонують безпрецедентні можливості для комунікації, самовираження та зв'язку, вони також створюють складні виклики, які необхідно вирішувати, щоб забезпечити здорове та інклюзивне цифрове середовище. Однією з найнагальніших проблем, яку створюють нові медіа, є поширення фейкових новин та дезінформації [53] Легкість, з якою інформація може поширюватися і посилюватися на цифрових платформах, призвела до поширення неправдивого або оманливого контенту, часто зі значними соціальними і політичними наслідками. Дезінформаційні кампанії можуть маніпулювати громадською думкою, підривати довіру до інституцій та поглиблювати суспільні розбіжності. Вирішення цієї проблеми вимагає багатогранного підходу, що включає навчання медіаграмотності, ініціативи з перевірки фактів та втручання на рівні платформ для стримування поширення неправдивої інформації [50] Крім того, нові медіа-платформи стали живильним середовищем для онлайн-переслідувань і зловживань. Анонімність і дистанція, які надають цифрові канали комунікації, можуть заохочувати людей до шкідливої поведінки, зокрема кібербулінгу, мови ворожнечі та цілеспрямованих переслідувань. Така поведінка не лише шкодить окремим жертвам, але й сприяє створенню токсичного онлайн-середовища, яке

пригнічує свободу вираження поглядів та участі. Зусилля, спрямовані на боротьбу з переслідуваннями в Інтернеті, мають бути спрямовані на безпеку та благополуччя користувачів, включаючи ефективну політику модерації, механізми звітності та системи підтримки спільнот [54]

Алгоритмічні упередження, притаманні новим медіа-платформам, можуть увічнити системну нерівність і посилити існуючу динаміку влади. Алгоритми, що використовуються для кураторства контенту та рекомендації інформації, часто відображають упередження їхніх творців, що призводить до викривленої репрезентації та обмеженого розмаїття точок зору. Це може призвести до створення «камер відлуння», коли користувачі отримують лише ту інформацію, яка відповідає їхнім існуючим переконанням, посилюючи поляризацію та перешкоджаючи конструктивному діалогу [55]. Усунення алгоритмічних упереджень вимагає прозорості, підзвітності та різноманітності в процесах розробки алгоритмів для забезпечення справедливого і рівноправного представництва на цифрових платформах.

Крім того, у новому медіа-ландшафті зростає занепокоєння щодо приватності, безпеки даних та цифрового нагляду. Збір та монетизація даних користувачів технологічними гігантами піднімає етичні питання щодо згоди, автономії та комерціалізації особистої інформації. Випадки витоку даних і порушення приватності підкреслюють потребу в надійному регулюванні захисту даних і більшій прозорості практик роботи з даними. Крім того, поширення цифрових технологій спостереження створює ризики для громадянських свобод і демократичних свобод, підкреслюючи необхідність створення надійної правової бази для захисту приватного життя і прав людини в цифрову епоху [53]

Хоча нові медіа надають безпрецедентні можливості для комунікації та самовираження, вони також створюють значні виклики, які необхідно вирішувати для забезпечення справедливої, інклюзивної та етичної цифрової екосистеми. Вирішуючи такі проблеми, як дезінформація, онлайн-переслідування, алгоритмічні упередження та проблеми конфіденційності, ми можемо використати трансформаційний потенціал нових медіа для створення

більш справедливого та демократичного суспільства. Це вимагає співпраці між політиками, технологічними компаніями, організаціями громадянського суспільства та самими користувачами, щоб побудувати цифрове майбутнє, яке захищає фундаментальні права, цінує розмаїття та сприяє формуванню поінформованого, відповідального цифрового громадянства.

Отже, можна відзначити значні трансформації, які відбулися під впливом нових медіа. Сучасні медіа змінили не тільки спосіб передачі інформації, а й саму природу комунікацій, ставши невід'ємною частиною повсякденного життя людей, формуючи нові культурні і соціальні норми. Завдяки новим медіа з'явилися унікальні можливості для самовираження, освіти та участі в громадському житті, що стало фундаментом для демократизації інформаційного простору. Такий процес сприяє збільшенню прозорості діяльності владних структур та бізнесу, водночас викликаючи певні виклики, зокрема, щодо надійності і точності інформації. Проте, крім позитивних аспектів, нові медіа також сприяють поширенню дезінформації та маніпуляцій, що має серйозні наслідки для демократичних процесів і стабільності суспільств. Швидкість розповсюдження інформації може використовуватися як засіб впливу на громадську думку, що піднімає питання про відповідальність медіа і необхідність регуляції. Така динаміка змушує акцентувати увагу на етичних аспектах використання медійних технологій та на важливості медіаграмотності.

У перспективі нові медіа мають потенціал радикально змінити соціальну структуру, сприяючи подальшому розвитку глобальних комунікаційних мереж, що буде сприяти стиранню кордонів між країнами та культурами. Такі зміни обіцяють значні переваги у формі більш відкритого і взаємопов'язаного світу, але також ставлять перед суспільством нові виклики у вигляді кібербезпеки та захисту особистих даних. Однією з ключових тенденцій у майбутньому буде розвиток інтерактивних та іммерсивних технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, що зможе ще глибше занурити користувачів у цифровий світ, перетворюючи спосіб споживання медіаконтенту. Також варто очікувати зростання впливу штучного інтелекту на медіапродакшн, що може покращити

персоналізацію контенту, але й породити нові етичні питання стосовно авторства і оригінальності.

## **2.2. Стратегії та приклади використання нових медіа в професійній діяльності**

Ландшафт журналістики зазнав значних змін через появу нових медіа, до яких належать цифрові платформи, такі як соціальні мережі, блоги, подкасти та мультимедійна журналістика. Цей зсув змінив не лише методи поширення інформації, а й взаємодію між ЗМІ та їхньою аудиторією. Інтеграція нових медіа в журналістику сприяла трансформаційним змінам у тому, як повідомляються та споживаються новини. Цей зсув характеризується прийняттям різних інноваційних стратегій, які розширюють можливості журналістів задовольняти запити технологічно підкованої аудиторії. Тут я заглиблюся в ці стратегії, ілюструючи, як вони ефективно застосовуються в сучасній журналістській практиці [56] Мультимедійний сторітелінг став наріжним каменем сучасної журналістики. На відміну від традиційних одномедійних історій, мультимедійний сторітелінг передбачає використання відео, аудіокліпів та інтерактивної інфографіки. Цей метод дозволяє журналістам створювати багатші, цікавіші розповіді, які можуть донести складну інформацію в інтуїтивно зрозумілий і захоплюючий спосіб. Наприклад, газета The New York Times була в авангарді цього підходу, створюючи імерсивні документальні фільми, які дають глядачам можливість відчувати контекст історії. Аналогічно, BBC використовує інтерактивні новинні статті для висвітлення глобальних подій, де аудиторія може взаємодіяти з динамічним контентом, таким як карти та часові шкали, що змінюються по мірі розгортання сюжету [57]

Іншою важливою стратегією є робота з соціальними мережами. Такі платформи, як Twitter, Facebook та Instagram, перестали бути просто інструментами для спілкування в соціальних мережах, а стали невід'ємною

частиною журналістського робочого процесу. Ці платформи виконують кілька функцій: вони є джерелами новин, каналами їх розповсюдження та простором для взаємодії. Журналісти використовують ці платформи для швидкого отримання свіжих новин, перевірки фактів за допомогою краудсорсингу та безпосередньої взаємодії зі своєю аудиторією. Така взаємодія не лише демократизує процес створення новин, але й формує спільноту навколо новин, сприяючи розвитку двонаправленої моделі комунікації. Миттєва природа соціальних мереж дозволяє журналістам підтримувати постійну присутність у житті своєї аудиторії, інформуючи її про останні новини та сприяючи постійному діалогу [58]

Журналістика даних - це нова галузь, яка використовує можливості великих даних та аналітики для розкриття історій, прихованих у величезних обсягах інформації. Аналізуючи масиви даних, журналісти можуть виявити тенденції та закономірності, які можуть бути невидимими за допомогою традиційних методів висвітлення. The Guardian та The Washington Post є яскравими прикладами новинних видань, які присвятили значні ресурси розвитку журналістики, заснованої на даних. Блог даних The Guardian розбиває складні масиви даних на зрозумілі наративи та візуалізації, роблячи складні концепції доступними для громадськості. Аналогічно, The Washington Post провела кілька гучних розслідувань з використанням аналітики даних, які не лише поінформували громадськість, але й вплинули на політичні рішення [59]

Мобільна журналістика, або «моджо», зробила революцію у способах збору та передачі новин. Репортери, оснащені мобільними пристроями, можуть знімати, редагувати та публікувати історії з будь-якої точки світу. Цей метод особливо цінний у кризових ситуаціях, наприклад, під час протестів або стихійних лих, коли традиційним знімальним групам новин можуть заважати логістичні проблеми. Мобільна журналістика дозволяє репортерам вести прямі трансляції, надаючи оновлення в реальному часі, що має вирішальне значення під час швидкоплинних подій. Ця безпосередність наближає аудиторію до події, пропонуючи необроблений і нефільтрований погляд на ситуацію, що

розгортається [60]

Вплив нових медіа на журналістику яскраво проявляється у практиці ведення блогів у прямому ефірі та відродженні довготривалої журналістики через подкасти, кожна з яких по-своєму збагачує ландшафт розповсюдження новин. Живі блоги як формат трансформували спосіб висвітлення подій у ЗМІ, забезпечуючи безперервний потік оновлень, що утримує аудиторію в курсі подій. Цей метод особливо ефективний під час швидкоплинних подій, таких як спортивні матчі або передвиборчі ночі. Наприклад, The Guardian опанувала мистецтво ведення живого блогу, пропонуючи оновлення в режимі реального часу, які містять не лише основні факти, але й аналіз та реакцію як експертів, так і громадськості. Таке миттєве, ковзне висвітлення подій дозволяє читачам переживати їх, незалежно від їхнього фізичного місцезнаходження, що підвищує актуальність і своєчасність новин. The Guardian інтегрує різні мультимедійні елементи, такі як відеокліпи, твіти та інтерактивні опитування, у свої блоги в режимі реального часу, що робить їх більш інтерактивними та захоплюючими [61]. З іншого боку, подкасти відродили практику розгорнутої журналістики, дозволивши журналістам глибше досліджувати складні історії. На відміну від традиційних новинних статей, подкасти надають платформу для розповіді історій, яка є одночасно інтимною та всеохопною. Наприклад, подкаст «Серіал» є еталоном у цьому жанрі, захоплюючи слухачів однією історією, розказаною в кількох епізодах [62]. Цей формат глибоко занурюється в кожен аспект справи, яку він висвітлює, створюючи переконливу та ретельно досліджену розповідь. Успіх «Серіалу» та подібних подкастів демонструє апетит аудиторії до детальних історій, які виходять за рамки оперативності щоденних новин. Ці подкасти не лише приваблюють нішеву аудиторію, яка глибоко зацікавлена в темі, але й сприяють постійному залученню, оскільки слухачі повертаються щотижня до нових випусків. Як живі блоги, так і подкасти є прикладом того, як нові медіа розширили можливості журналістів задовольняти різноманітні вподобання сучасної аудиторії. Живі блоги задовольняють тих, хто шукає негайної та безперервної інформації, тоді як подкасти приваблюють тих, хто прагне

глибшого розуміння складних питань. Разом ці форми представляють адаптивність і широту сучасної журналістики, пропонуючи кілька шляхів для споживання новин і наративів [63]

Інтеграція нових медіа в журналістику, хоч і є багато в чому корисною, водночас несе з собою значні виклики та етичні проблеми, які потребують ретельного підходу [61] Ці питання насамперед стосуються перевірки інформації та ширшого впливу на журналістську етику, включно з підтриманням професійних стандартів у швидкозмінному цифровому ландшафті. Одним із найголовніших викликів, що постають перед новими медіа, є перевірка інформації. Швидкість, з якою інформація поширюється в цифрову епоху, є безпрецедентною, що ускладнює для журналістів перевірку фактів до того, як вони стануть надбанням широкої аудиторії. Таке швидке поширення може призвести до поширення дезінформації, якщо ним не керувати належним чином [59] Щоб протистояти цьому, новинні організації повинні впроваджувати більш суворі процеси перевірки фактів і гарантувати, що їхні журналісти вміють користуватися цифровими інструментами для перевірки достовірності інформації, незалежно від того, чи надходить вона з соціальних мереж, онлайн-форумів або інших цифрових джерел. Крім того, зростає потреба в навчанні журналістів цифровій грамотності, що дасть їм навички, необхідні для того, щоб відрізнити достовірні джерела від сумнівних і розуміти механізми розповсюдження дезінформації в Інтернеті [61]

Окрім питань верифікації, поєднання користувацького контенту з професійною журналістикою створює унікальні етичні виклики [58]. В епоху, коли кожен, хто має доступ до Інтернету, може публікувати контент, межі між професійною журналістикою і користувацьким контентом розмиваються, що призводить до питань щодо журналістських стандартів та етики. Таке злиття може іноді призводити до поширення неперевіреної або упередженої інформації під виглядом легітимних новин, ускладнюючи здатність громадськості відрізнити факти від думок або дезінформації. Крім того, використання нових медіа-платформ передбачає навігацію в питаннях приватності та упередженості [33].

Журналісти повинні балансувати між потребою громадськості в інформації та правом на приватність, особливо коли персональні дані можуть бути легко отримані та поширені через цифрові канали. Крім того, особисті упередження творців контенту можуть легше проникати в професійну діяльність, що потенційно ставить під загрозу об'єктивність, якої очікують від журналістики. Забезпечення дотримання етичних стандартів у цифровому контексті вимагає постійної освіти та суворого дотримання журналістських кодексів поведінки, які, можливо, доведеться оновлювати, щоб відобразити нові реалії, спричинені цифровими медіа.

Отже, трансформаційний вплив нових медіа на журналістику неможливо переоцінити. Вони запровадили цілу низку нових методів репортажу та розповіді, які збагатили галузь, зробивши новини більш інтерактивними, цікавими та доступними для глобальної аудиторії. Однак інтеграція цих нових медіа-платформ також створює значні виклики, які вимагають від журналістів критичної та вмілої адаптації. Журналісти повинні йти в ногу з технологічним прогресом, що вимагає глибокого розуміння та опанування нових інструментів і платформ, які постійно з'являються. Така технологічна обізнаність дозволяє журналістам не лише створювати контент, який відповідає очікуванням технічно підкованої аудиторії, але й орієнтуватися в підводних каменях цифрової інформації, таких як дезінформація та швидке поширення неперевіраних новин. Крім того, посилення взаємодії з аудиторією є ще одним важливим аспектом використання нових медіа. Сучасні споживачі медіа не просто пасивно отримують інформацію, вони взаємодіють з нею, коментують її та діляться нею. Тому журналістам необхідно взаємодіяти зі своєю аудиторією в конструктивний спосіб, який заохочує діалог і зворотний зв'язок, створюючи більш партисипативну форму журналістики. Така двостороння взаємодія може надати цінну інформацію та допомогти побудувати лояльну аудиторію.

Дотримання етичних норм журналістики залишається наріжним каменем у розкритті повного потенціалу нових медіа. Швидкий темп і широке охоплення цифрових медіа посилюють наслідки етичних порушень, що робить необхідним

дотримання журналістами високих стандартів доброчесності, точності та справедливості. Етичні міркування, такі як перевірка інформації перед поширенням, повага до приватного життя та уникнення упередженості, є більш важливими, ніж будь-коли. Оскільки медійний ландшафт продовжує розвиватися, потреба в постійній освіті та адаптації стає все більш актуальною. Журналісти повинні бути в курсі останніх цифрових тенденцій, розуміти наслідки нових технологій і постійно вдосконалювати свої навички. Ця прихильність до освіти та адаптації буде життєво важливою для журналістів, щоб залишатися актуальними і зберігати цілісність своєї професії в умовах швидких технологічних змін.

### **2.3. Кейс-стаді: аналіз кейсів застосування сучасних інструментів комунікації**

Кейс 1: Використання соціальних мереж у журналістиці. У контексті кейсу про використання соціальних мереж у журналістиці, приклад діяльності BBC на платформі Twitter під час виборів у Великобританії виявляється особливо показовим у розумінні потенціалу цих технологій. Соціальні мережі дозволяють журналістам не тільки швидко розповсюджувати інформацію, але й залучати аудиторію до двостороннього спілкування, що важливо для сучасної журналістики [64].

BBC використала Twitter як стратегічний інструмент для покращення залученості та інтерактивності своєї аудиторії. Вони активно застосовували хештеги, які були прямо пов'язані з виборами, такі як #UKElection чи #Vote2019. Це не лише спрощувало пошук пов'язаних новин і дописів для користувачів, але й допомагало збирати усі дописи та дискусії в одному місці, забезпечуючи легший доступ до інформації. Окрім використання хештегів, BBC проводила прямі трансляції важливих подій та аналізів, використовуючи можливості Twitter Live і Periscope. Це давало можливість глядачам бути поінформованими в

реальному часі та долучатися до дискусії, висловлюючи свої думки та ставлення до подій. Прямі трансляції забезпечували інтенсивний діалог між аудиторією і журналістами, що, в свою чергу, дозволяло миттєво реагувати на питання та коментарі, поглиблюючи залученість аудиторії.

Значна активність на платформі дозволила BBC не тільки розповсюджувати новини, але й збирати миттєву реакцію аудиторії. Аналіз коментарів та відгуків відбувався в реальному часі, що надавало редакції змогу адаптувати та налаштувати свій контент, відповідно до інтересів та потреб глядачів. Це, в свою чергу, посилювало довіру та лояльність серед користувачів, оскільки вони відчували, що їхній голос чути і враховується. Таким чином, BBC не тільки інформувала аудиторію, але й активно залучала її у процесі створення новинного дискурсу, підкреслюючи роль соціальних мереж як невід'ємної частини сучасної журналістики.

Кейс 2: Мобільні додатки для збору та поширення новин. У сучасному світі мобільні додатки відіграють ключову роль у процесі збору та поширення новин, особливо у ситуаціях, коли швидка реакція журналістів є критично важливою. Це стало особливо очевидним під час масштабних повеней у штаті Керала, Індія, де журналісти телеканалу NDTV використовували мобільний додаток WhatsApp для оперативного звітування про події [65].

Завдяки універсальності та простоті використання WhatsApp, журналісти NDTV могли швидко отримувати та відправляти відеозаписи, фотографії та свідчення від людей, які зазнали впливу стихії. Через те, що багато хто з місцевих жителів вже мав додаток на своїх смартфонах, вони могли легко ділитися інформацією з журналістами, надсилаючи дані прямо з місця подій. Це дало змогу медіа швидше реагувати на розвиток ситуації, в той же час забезпечуючи автентичність і перевіреність отриманої інформації.

За допомогою WhatsApp журналісти NDTV створювали спеціальні групові чати, куди залучали як колег, так і очевидців подій. Це дозволяло їм оперативно обмінюватися новинами, аналізувати зібрану інформацію та координувати свої дії. Такий підхід забезпечував не тільки швидкість, але й глибину звітності,

оскільки журналісти могли отримувати багатогранний погляд на ситуацію з різних точок зору. Крім того, використання WhatsApp дозволило журналістам вести наживо трансляції, надаючи глядачам можливість бачити події очима очевидців. Ці трансляції не тільки підвищували рівень довіри та залученості аудиторії, але й сприяли більшій прозорості у звітуванні. Активне використання цього інструменту також сприяло збільшенню обсягу відповідей від громадськості, яка використовувала коментарі та відео відгуки для висловлення своїх думок та інформування про додаткові потреби та виклики, що виникали внаслідок стихії. Таким чином, використання мобільних додатків, як WhatsApp, у ситуаціях кризи, стало ефективним способом звітування, що демонструє глибоку зміну в підходах до журналістської діяльності та важливість технологій у сучасному новинарстві.

Кейс 3: Використання штучного інтелекту у новинах. Штучний інтелект (ШІ) стає невід'ємною частиною сучасної журналістики, революціонізуючи як збір, так і аналіз даних. Використання ШІ дозволяє значно підвищити швидкість та якість новинарської роботи. Одним із прикладів такого впровадження є система Lynx Insight, розроблена міжнародним новинним агентством Reuters [66].

Lynx Insight — це інноваційна платформа, яка використовує алгоритми машинного навчання для аналізу величезних масивів даних, які агентство збирає щодня з різних джерел. Ця система здатна виявляти зв'язки та тренди, які можуть не бути очевидними для людського аналітика. Наприклад, Lynx Insight може аналізувати економічні показники, повідомлення соціальних мереж, а також великі датасети новинних статей, виявляючи потенційно важливі історії, що вимагають подальшого журналістського дослідження. Система також допомагає журналістам швидше готувати матеріали. Використовуючи передбачувальний аналіз, Lynx Insight може пропонувати журналістам потенційні кути погляду для статей або навіть автоматично генерувати наброски текстів, які потім можуть бути допрацьовані і персоналізовані редакторами. Це особливо цінно в умовах тиску дедлайнів та необхідності швидкого реагування на події у світі.

Іншою перевагою Lynx Insight є можливість слідкування за динамікою розповсюдження новин у соціальних мережах, що дозволяє журналістам вчасно відреагувати на зміни в інтересах аудиторії та змістові підходи в розповідях. Система також аналізує реакцію читачів на публікації, забезпечуючи редакції цінні дані про ефективність їхньої роботи. Впровадження Lynx Insight в редакційний процес Reuters є чудовим прикладом того, як сучасні технології можуть підсилити потенціал журналістики, зробити її більш точною та відповідною до швидко змінюваних вимог часу. Ця технологія не лише покращує якість новин, але й відкриває нові можливості для журналістів експлуорувати глибші та менш очевидні аспекти новинних подій.

Кейс 4: Роль відео контенту в онлайн журналістиці. Відео контент став невід'ємною частиною онлайн журналістики, зокрема через свою здатність залучати аудиторію на глибшому емоційному рівні. Al Jazeera English виявляє ефективність відео у висвітленні складних і часто болючих тем, як-от конфлікти в кризових регіонах [67]. Один із виразних прикладів, що демонструє силу відео контенту, це їхній підхід до висвітлення конфлікту в Сирії. Al Jazeera використовувала документальні короткометражні відео для показу наслідків війни. Ці відео забезпечували не просто новинну звітність, а створювали повне іммерсивне занурення в контекст подій, що відбуваються. Вони надавали персональні історії людей, які постраждали від конфлікту. Через інтерв'ю з місцевими жителями, які ділились своїми переживаннями і спогадами, глядачі могли не лише почути про статистику і абстрактні факти, а й побачити реальні обличчя цих трагедій. Це додавало глибини і нюансів у сприйняття новин, дозволяючи аудиторії краще розуміти складність та масштаб проблем, що складаються в регіоні.

Al Jazeera також використовувала відео для демонстрації руйнувань і бойових дій, часто використовуючи дрони для зйомки з повітря. Це давало змогу глядачам бачити масштаби знищення, які не можна передати лише словами. Відео такого типу сприяють вищій емоційній взаємодії з аудиторією, змушуючи людей не тільки дізнаватися про події, а й відчувати їх. Застосування відео

матеріалів Al Jazeera не обмежується лише показом наслідків конфліктів, але й активно використовується для звітування про гуманітарні аспекти кризи. Наприклад, відео про доставку міжнародної допомоги, роботу лікарень і шкіл у воєнних умовах. Це наголошує на важливості медіа не просто як інформаційного каналу, але й як засобу для мобілізації міжнародної уваги і допомоги. Таким чином, використання відео в онлайн журналістиці Al Jazeera English показує, як правильно застосовані технології можуть трансформувати спосіб висвітлення новин, роблячи їх більш глибокими, осмисленими та емоційно зарядженими.

Отже, соціальні мережі стали майданчиком для швидкого розповсюдження новин, але їх використання несе в собі виклики для верифікації фактів та збереження об'єктивності. Журналісти стикаються з тиском першими повідомити про події, що іноді призводить до поспішних публікацій неперевіреної інформації. Етичний аспект полягає в необхідності збалансувати швидкість та точність, забезпечуючи при цьому достовірність змісту. Мобільні додатки, як WhatsApp, відкрили можливості для оперативного звітування та залучення аудиторії, але також поставили питання про конфіденційність і захист даних. Журналісти, що використовують ці платформи для комунікації зі свідками або джерелами, повинні бути особливо уважними до захисту ідентичності своїх інформаторів. Штучний інтелект змінює ландшафт журналістики, автоматизуючи обробку великих даних і аналіз трендів. Використання ШІ може сприяти зменшенню людських помилок і забезпеченню більш глибокого аналізу, але також порушує питання про можливу упередженість і маніпуляцію, оскільки алгоритми навчаються на існуючих даних, які можуть бути неточними або однобокими. Відео контент відіграє значну роль в емоційному впливі на аудиторію і може сприяти кращому розумінню складних питань. Однак, існує ризик, що журналісти можуть вибірково використовувати відеоматеріали, які підсилюють певну точку зору, що може ввести аудиторію в оману або спотворити реальність.

Дивлячись у майбутнє, можна очікувати продовження інтеграції штучного інтелекту в журналістиці, з особливим акцентом на розробку алгоритмів для

автоматичного вироблення новинних матеріалів. Це включатиме в себе не тільки текст, але й відеоконтент, здатний адаптуватися до вподобань конкретної аудиторії. Соціальні мережі й надалі будуть слугувати як основні канали для розповсюдження новин, проте очікується, що вони стануть ще більш інтерактивними та персоналізованими. Це може включати розвиток нових форматів, таких як віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR), для забезпечення більш іммерсивного досвіду новин. Також передбачається, що мобільні додатки будуть розвиватися в напрямку більшої безпеки та конфіденційності, щоб відповісти на зростаючі занепокоєння щодо захисту даних. Журналісти будуть мати більше інструментів для ефективною і безпечною комунікації з джерелами і аудиторією.

#### **2.4. Проблематика та виклики сучасної медійної сфери**

Технологічні виклики становлять важливий аспект сучасної журналістики, оскільки поширення інтернету та цифрових технологій радикально трансформувало медійний ландшафт. Ці зміни впливають на всі аспекти медійної індустрії, від збору інформації до її розповсюдження та споживання. Одним з найбільших викликів для журналістів є адаптація до цих змін, що вимагає не тільки нових навичок, але й нового підходу до етики і стандартів [68].

Інтернет забезпечив журналістам доступ до необмеженої кількості інформації, але водночас спричинив зростання ненадійних і неперевіраних даних. В цьому новому цифровому середовищі, де кожен може бути «джерелом», роль журналіста як посередника надійної інформації стає ще більш важливою. Журналісти стикаються з потребою швидкої публікації, що часто відбувається за рахунок глибини та якості перевірки [69]. Це створює підґрунтя для поширення неперевіраних фактів та фейкових новин, які можуть мати реальний вплив на суспільні настрої та політичні процеси. Проблема фейкових новин є особливо гострою, оскільки цифрові платформи з їхніми алгоритмами поширення

контенту часто сприяють широкому розповсюдженню неправдивої інформації. Це вимагає від медіа організацій та журналістів не лише вміння критично оцінювати джерела і перевіряти факти, але й розвивати нові методи боротьби з дезінформацією. Зокрема, застосування технологій штучного інтелекту може допомогти у фільтрації та верифікації даних, хоча й вносить додаткові складнощі, пов'язані з етикою та приватністю [70].

Адаптація до цифрового віку також змушує журналістику змінювати свою форму. Соціальні мережі та мобільні додатки стають основними каналами дистрибуції новин, що змушує медійні компанії переосмислювати свій контент. Відео, інтерактивні елементи та короткі новини стають все популярнішими, а класичні довгі статті відходять на другий план. Це змінює не тільки спосіб виготовлення новин, але й вимоги до журналістів, які тепер мають бути більш універсальними у своїх навичках. У цьому контексті особливо важливим є питання навчання та розвитку професійних навичок. Журналістські освітні програми мають реагувати на ці зміни, включаючи курси з цифрової грамотності, соціальних медіа, а також з методів боротьби з дезінформацією. Незважаючи на всі виклики, цифрова ера також пропонує нові можливості для журналістики, такі як більша взаємодія з аудиторією, персоналізований контент та глобальний доступ до інформації, що робить професію більш важливою та впливовою ніж будь-коли [70].

Економічні аспекти медійної індустрії значною мірою формуються бізнес-моделями, які використовуються для генерації доходу та підтримки оперативної діяльності. Ці моделі пережили значні зміни протягом останніх десятиліть, починаючи від традиційних підписок і закінчуючи сучасними методами монетизації через рекламу та інші цифрові стратегії. Розуміння цих змін і їх впливу на медіа є критично важливим для аналізу стану сучасної журналістики. Традиційні медіа, такі як газети та журнали, колись поклалися на комбінацію доходів від підписок та реклами. Підписки забезпечували стабільний дохід, тоді як рекламні доходи коливались в залежності від економічного циклу та інтересів рекламодавців. Однак з появою інтернету і цифрових платформ підписки почали

знаходити зниження, оскільки споживачі звикли отримувати контент безкоштовно [71].

Реакція на цю зміну виявилася різною. Деякі видання, як-от «The New York Times», успішно впровадили цифрові підписки, які стали значною частиною їх доходів [72]. Ці підходи засновані на переконанні, що якісний контент має вартість, і достатньо читачів готові платити за доступ до перевіреної та надійної інформації. З іншого боку, багато медіа стикаються з викликами утримання аудиторії та залучення нових підписників. Окрім підписок, реклама продовжує бути значною частиною доходів багатьох медійних організацій, особливо в онлайн-сегменті. Тут велику роль відіграють такі формати, як банерна реклама, спонсорські пости та відео реклама. Однак зі зростанням використання блокувальників реклами та зниженням ефективності традиційної реклами медійні компанії мусять шукати нові способи залучення рекламних доходів. Інноваційні бізнес-моделі, такі як платформи з мікроплатежами за статтю або дохід від синдикації контенту, також з'явилися на горизонті. Ці моделі дозволяють користувачам платити невеликі суми за доступ до конкретних матеріалів, що може бути привабливим для тих, хто не бажає оформляти повну підписку [68].

Фінансові виклики для медіа також пов'язані з необхідністю інвестування в технології та нові формати доставки контенту. Цифрова трансформація вимагає значних витрат, що може бути особливо складним для традиційних медіа, які вже відчувають фінансовий тиск. Водночас, нові медіа стикаються з конкуренцією не тільки з боку традиційних гравців, але й з розростанням соціальних мереж та інших неформальних каналів інформації, що зменшує загальний «пиріг» доступних рекламних та підписних доходів [73].

Соціально-політичні аспекти журналістики безпосередньо впливають на формування суспільної свідомості та політичні процеси, оскільки медіа відіграють ключову роль у визначенні тем, які обговорюються в суспільстві, та кутів зору, з яких ці теми висвітлюються. Ця роль медіа важлива як для демократичних, так і для авторитарних режимів, оскільки вона стосується не

лише інформаційного поля, а й політичної влади і механізмів її підтримки чи виклику [74]. Медіа мають потужний вплив на формування публічної думки через вибір тем, акцентування уваги на певних подіях, інтерпретацію фактів та представлення різних точок зору. Через це медіа часто називають «четвертою владою». У демократичних суспільствах очікується, що медіа виконуватимуть роль вартового, виявляючи порушення та допомагаючи громадськості ухвалювати інформовані рішення. Проте вони також можуть стати інструментом політичних сил, спрямованим на маніпуляцію громадською думкою заради досягнення певних цілей.

Питання цензури та пропаганди є особливо актуальними у контексті зв'язків між журналістикою і політичною владою. Цензура, як засіб контролю над інформацією, може застосовуватись у формі прямих заборон чи тонкого регулювання доступу до інформаційних ресурсів, що ставить під загрозу свободу слова та преси. Пропаганда ж використовує медіа для розповсюдження спрямованої інформації, часто з метою підкріплення чи легітимізації влади, що також може викривляти реальність та впливати на суспільні настрої в односторонньому порядку [75].

Політична влада часто зацікавлена в контролі над медіа для утримання та зміцнення своїх позицій. Це може проявлятися у формуванні медіа-імперій під контролем людей, які мають тісні зв'язки з владою, або через законодавче регулювання, яке обмежує можливості журналістської діяльності. Проте, в сучасному світі, де цифрові технології надають можливості для швидкого розповсюдження інформації, такі спроби контролю можуть бути не такими ефективними, як раніше. На прикладі авторитарних режимів видно, що незважаючи на жорсткий контроль над традиційними медіа, інформаційні потоки через інтернет та соціальні медіа залишаються важкими для контролю. Це створює нові виклики та можливості для журналістики як засобу боротьби за свободу слова [76].

Етичні дилеми в журналістиці часто виникають у найбільш напружені моменти — під час криз, конфліктів або катастроф. В таких умовах, коли

інформація є особливо цінною і може мати великий вплив на життя людей, журналісти стикаються з великими викликами щодо дотримання етичних стандартів у своїй роботі. Водночас, етика репортажу в умовах кризи вимагає глибокого розуміння не лише професійних, але й моральних обов'язків журналіста перед суспільством [77].

Одним з основних аспектів етичної журналістики є достовірність інформації. У кризові періоди, коли ситуація швидко змінюється і поширюються чутки, журналістам важливо уникати спекуляцій і неперевіреної інформації. На них лежить обов'язок перевіряти факти перед публікацією, незважаючи на тиск швидкості новинного циклу. Також важливо зберігати об'єктивність і не допускати, щоб особисті переконання або позиції редакції впливали на висвітлення подій. Ще однією значною етичною проблемою є захист джерел інформації. Журналісти мають забезпечувати анонімність своїх джерел, особливо коли викриття може призвести до серйозних наслідків для джерела, включаючи загрозу його безпеці. Цей обов'язок стає ще більш актуальним в умовах, коли джерела ризикують своїми життями, надаючи важливу інформацію.

Питання відповідальності журналістів перед суспільством також виходить на передній план у кризових ситуаціях. Журналісти відіграють ключову роль у формуванні громадської думки та допомагають людям приймати обґрунтовані рішення. Вони повинні зважати на можливий вплив своїх репортажів на емоційний стан аудиторії і уникати сенсаційності, яка може викликати паніку або страх. Крім того, є важливим питанням повага до приватності осіб, що опинилися в епіцентрі подій. Журналісти повинні уникати ненавмисного завдання шкоди людям, які вже постраждали від кризи. Вони мають виявляти чутливість при зборі інформації і висвітленні подій, які торкаються особистого життя чи трагедій людей. У великому масштабі, права журналістів на здійснення своєї професії без втручання чи переслідувань є фундаментальними. Водночас, ці права супроводжуються великими обов'язками. Журналісти мають забезпечувати, що їхня робота сприяє добру суспільства і демократичним процесам, а не породжує конфлікти або розділення.

Отже, виклики, що стоять перед сучасною журналістикою, підкреслюють нагальну потребу в проактивних заходах для збереження цілісності та актуальності професії в цифрову епоху. Дезінформація, поляризація, фінансова стійкість та етичні дилеми створюють величезні перешкоди, але вони не є нездоланими. Заглиблюючись у першопричини цих викликів і використовуючи наукові знання, журналісти можуть розробити цілеспрямовані стратегії для їх ефективного подолання.

Співпраця між медіа-організаціями, технологічними платформами, політиками та громадськістю має вирішальне значення для формування цілісного підходу до подолання цих викликів. Працюючи разом, зацікавлені сторони можуть досліджувати інноваційні рішення, які підтримують принципи точності, чесності та прозорості в журналістиці. Такі ініціативи, як партнерства з перевірки фактів, програми медіаграмотності та етичні настанови, можуть допомогти пом'якшити вплив дезінформації та підвищити довіру громадськості до ЗМІ.

Незважаючи на складність сучасного медіа-ландшафту, журналістика залишається наріжним каменем демократії, виконуючи роль сторожового пса, просвітителя та каталізатора соціальних змін. Протистоячи цим викликам, журналісти можуть виконувати свою життєво важливу роль в інформуванні, освіті та розширенні можливостей суспільства. Завдяки постійній адаптації, співпраці та дотриманню етичних стандартів журналістика може орієнтуватися в мінливій медійній сфері зі стійкістю та чесністю, забезпечуючи свою постійну актуальність та вплив у цифрову епоху.

## РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ НОВИХ МЕДІА

### 3.1. Прогнозування майбутнього розвитку медійних технологій

За останні кілька десятиліть медіа-технології зазнали глибоких трансформацій, змінивши способи поширення інформації, споживання розваг та комунікації. Від появи інтернету до появи платформ соціальних мереж і потокових сервісів ландшафт медіа-технологій продовжує розвиватися швидкими темпами. Прогнозування майбутнього розвитку медіа-технологій вимагає розуміння поточних тенденцій, технологічного прогресу та суспільних змін.

Ландшафт медіа-технологій постійно розвивається під впливом кількох ключових тенденцій, які змінюють майбутнє споживання та створення контенту. Однією з таких тенденцій є повсюдне оцифрування контенту на різних платформах. Поширення смартфонів, планшетів та інших підключених пристроїв відкрило еру повсюдного споживання цифрових медіа. Ця тенденція продовжуватиметься та посилюватиметься, оскільки розвиток інтернет-інфраструктури та мобільних технологій підвищує доступність і зручність доступу до цифрового контенту. Оскільки споживачі все більше покладаються на цифрові платформи для розваг, інформації та спілкування, оцифрування контенту являє собою фундаментальний зсув у способах виробництва, розповсюдження та споживання медіа.

Важливою тенденцією, що формує майбутнє медіа-технологій, є конвергенція розрізнених медіаформатів і платформ. Традиційні межі між телебаченням, кіно, іграми та соціальними мережами розмиваються, породжуючи інноваційні гібридні форми контенту. Наприклад, інтерактивні історії, що поєднують елементи гри з традиційними форматами оповіді, набирають популярності серед аудиторії. Цьому зближенню сприяє розвиток технологій, зокрема доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR), які дають змогу створювати мультимедійний досвід із ефектом занурення, що

виходить за рамки традиційних медіа-медіа. Оскільки ці технології стають все більш досконалішими і доступними, вони, ймовірно, каталізуюватимуть подальші експерименти та інновації у створенні та споживанні контенту.

Персоналізація та кастомізація стали ключовими факторами у формуванні майбутнього медіаспоживання. Поточкові сервіси та соціальні медіа-платформи використовують передові алгоритми для формування рекомендацій щодо контенту, пристосованих до вподобань та інтересів окремих користувачів. Такий гіперперсоналізований підхід до надання контенту підвищує рівень залученості та задоволеності користувачів, сприяючи поглибленню зв'язків між аудиторією та медіаконтентом. Алгоритми штучного інтелекту та машинного навчання продовжують розвиватися і обіцяють забезпечити ще глибший рівень персоналізації та кастомізації, що ще більше збагатить користувацький досвід на різних медіа-платформах.

Майбутній розвиток медіатехнологій тісно переплітається з траєкторією технологічного прогресу, який продовжує стимулювати інновації та трансформації в усьому медіаландшафті. Кілька ключових досягнень виділяються як каталізatori формування майбутнього медіа-технологій. Одним із ключових досягнень є постійний розвиток штучного інтелекту (ШІ) та технологій машинного навчання. Алгоритми на основі штучного інтелекту вже допомагають аналізувати величезні масиви даних і генерувати персоналізовані рекомендації щодо контенту на різних медіаплатформах. Однак очікується, що в найближчі роки можливості штучного інтелекту будуть розширюватися в геометричній прогресії. Інструменти для створення контенту на основі штучного інтелекту можуть революціонізувати медіаіндустрію, автоматизуючи такі трудомісткі завдання, як редагування відео, створення контенту і навіть сторітелінг. Завдяки здатності штучного інтелекту оптимізувати виробничі процеси та розширити творчі можливості, творці контенту отримають вигоду від підвищення ефективності та інновацій. Ще одним трансформаційним досягненням є розвиток мереж 5G. Технологія 5G обіцяє забезпечити значно вищу швидкість завантаження, меншу затримку та більшу пропускну здатність

мережі порівняно з її попередниками. Ці вдосконалення прокладають шлях до нової ери медіа-досвіду, що характеризується потоковою передачею даних високої чіткості, захоплюючими багатокористувацькими іграми та інтерактивним контентом у реальному часі. Інфраструктура 5G продовжує розширюватися по всьому світу, відкриваючи безпрецедентні можливості для споживання і виробництва медіа, забезпечуючи безперебійне підключення і покращуючи користувацький досвід на широкому спектрі пристроїв і платформ.

Досягнення в імерсивних технологіях, таких як доповнена реальність (AR) і віртуальна реальність (VR), мають величезні перспективи для майбутнього медіа. VR-гарнітури стають дедалі доступнішими і доступнішими, дозволяючи насолоджуватися захоплюючими іграми, віртуальними подорожами та інтерактивним сторітелінгом. Тим часом технологія доповненої реальності виходить за рамки розваг і охоплює застосування на живих заходах, у роздрібній торгівлі, освіті тощо. Накладаючи цифрову інформацію на фізичний світ, доповнена реальність підвищує залученість користувачів і відкриває нові можливості для сторітелінгу та взаємодії з брендами.

Майбутній розвиток медіа-технологій, безсумнівно, матиме глибокі суспільні наслідки, створюючи як можливості, так і виклики. Серед найголовніших проблем - приватність, автентичність та демократизація інформації. Оскільки споживання медіа стає все більш персоналізованим, виникає ризик створення бульбашок фільтрів і відлуння, коли користувачі отримують лише той контент, який відповідає їхнім попереднім переконанням і вподобанням. Це явище може посилити поляризацію суспільства і сприяти поширенню дезінформації, оскільки люди можуть бути позбавлені доступу до різних точок зору і критичного аналізу. Крім того, зростаюча залежність від алгоритмів, керованих штучним інтелектом, у курації та поширенні контенту викликає відповідні занепокоєння щодо прозорості та підзвітності. Алгоритми мають значний вплив на формування медіа-ландшафту, проте їхня внутрішня робота часто залишається непрозорою для широкої громадськості. Для забезпечення достовірності поширення інформації існує нагальна потреба у

більшій прозорості алгоритмів, що використовуються, зокрема в механізмах подолання упередженості, притаманної алгоритмам, і сприяння алгоритмічній підзвітності. Невирішення цих питань загрожує увічненням дезінформації та підривом довіри громадськості до медіа-платформ.

Етичні міркування стають важливими у сфері створення медіа за допомогою штучного інтелекту. Поширення технології «дідфейків», яка дозволяє створювати переконливо реалістичний аудіовізуальний контент, створює серйозні етичні дилеми. «Дідфейки» можуть бути використані у зловмисних цілях, таких як поширення неправдивої інформації, видавання себе за інших осіб або маніпулювання громадською думкою. Захист від зловживань ШІ при створенні медіа потребує надійних етичних рамок, правових норм і технологічних запобіжників для зменшення ризиків, пов'язаних з оманливим контентом. Для подолання цих соціальних наслідків і викликів необхідні спільні зусилля за участю політиків, технологів, медійників і зацікавлених сторін громадянського суспільства. Необхідно розробити нормативно-правову базу для захисту прав на недоторканність приватного життя, сприяння алгоритмічній прозорості та зменшення ризиків, пов'язаних з медіа-технологіями, керованими штучним інтелектом. Крім того, розвиток медіаграмотності та навичок критичного мислення серед користувачів має першорядне значення для захисту від впливу дезінформації та ехо-камер. Вирішуючи ці проблеми на випередження, ми зможемо використати трансформаційний потенціал медіа-технологій на благо суспільства, одночасно захищаючись від їхніх негативних наслідків.

Отже, майбутній розвиток медіатехнологій відкриває перед нами багатообіцяючі перспективи, які можуть докорінно змінити те, як ми споживаємо, створюємо та взаємодіємо з контентом. Нові тенденції, такі як оцифрування, конвергенція та персоналізація, докорінно змінюють медіа-ландшафт, а досягнення в галузі штучного інтелекту (ШІ), мереж 5G та імерсивних технологій відкривають нові горизонти для медіа-досвіду. Оцифрування контенту, яке стимулюється поширенням цифрових пристроїв та

покращенням інтернет-зв'язку, зробило споживання медіа більш доступним і зручним, ніж будь-коли раніше. Конвергенція різних медіаформатів і платформ розмиває традиційні кордони, породжуючи інноваційний гібридний контент, який не піддається категоризації. Тим часом алгоритми персоналізації підвищують залученість користувачів, пристосовуючи рекомендації щодо контенту до індивідуальних уподобань, поглиблюючи зв'язок між аудиторією та медіаконтентом. Технологічні досягнення, зокрема штучний інтелект, 5G та імерсивні технології, такі як доповнена реальність (AR) і віртуальна реальність (VR), є каталізаторами трансформаційних змін у медіа-ландшафті. Інструменти для створення контенту на основі штучного інтелекту спрощують виробничі процеси та відкривають нові творчі можливості, а мережі 5G уможливлюють потокове мовлення високої чіткості, інтерактивність у реальному часі та захопливий ігровий досвід. Технології доповненої та віртуальної реальності пропонують захоплюючий досвід сторітелінгу, який виходить за межі традиційних медіа, відкриваючи нові можливості для залучення та взаємодії.

### **3.2. Рекомендації щодо оптимізації використання нових медіа**

Поширення нових медіа-платформ, зокрема соціальних мереж, подкастів та новинних порталів, змінило журналістський ландшафт. Ці платформи пропонують журналістам безпрецедентні можливості для охоплення ширшої аудиторії, взаємодії з читачами в режимі реального часу та експериментів з інноваційними форматами розповіді історій. Однак поряд із цими можливостями з'являються і виклики, зокрема збереження журналістської етики в епоху дезінформації та орієнтування в складнощах цифрових каналів розповсюдження інформації.

Рекомендації:

1. Використання мультимедійного сторітелінгу. Використання мультимедійних можливостей нових медіа-платформ дозволяє журналістам

створювати переконливі розповіді, які знаходять відгук у різних аудиторій. Включення таких елементів, як відео, інфографіка та інтерактивні функції, посилює залучення та розуміння. Наукові дослідження показали, що мультимедійна розповідь покращує запам'ятовування інформації та емоційний зв'язок, тим самим посилюючи вплив журналістського контенту.

2. Культивування прозорості та підзвітності. Прозорість має першорядне значення для побудови довіри з аудиторією на тлі занепокоєння щодо дезінформації та фейкових новин. Журналісти повинні чітко вказувати авторство, розкривати потенційні конфлікти інтересів і пояснювати громадськості, як вони готують свої матеріали. Сприяючи прозорості, журналісти можуть дати читачам можливість робити обґрунтовані висновки про достовірність джерел новин. Крім того, використання механізмів підзвітності, таких як політика виправлення помилок і зворотний зв'язок із читачами, зміцнює журналістську доброчесність і сприяє розвитку культури постійного вдосконалення.

3. Використання аналітики даних для розуміння аудиторії. Нові медіа-платформи пропонують багаті інструменти аналізу даних, які дозволяють журналістам отримувати цінну інформацію про вподобання та поведінку аудиторії. Використовуючи аналітичні дані, журналісти можуть адаптувати свій контент, щоб краще відповідати потребам та інтересам своєї цільової аудиторії. Аналіз таких показників, як рівень залученості, демографічні характеристики аудиторії та моделі споживання контенту, дозволяє журналістам вдосконалювати свої стратегії розповіді історій та оптимізувати охоплення і вплив своїх репортажів.

4. Боротьба з дезінформацією за допомогою перевірки фактів та верифікації. Швидке поширення інформації на нових медіа-платформах посилює поширення неправдивої інформації та дезінформації. Журналісти відіграють вирішальну роль у боротьбі з цими явищами, дотримуючись суворих стандартів перевірки фактів і перевіряючи точність своїх повідомлень. Співпраця з організаціями, що займаються перевіркою фактів, використання цифрових інструментів перевірки та просування ініціатив з медіаграмотності є

ефективними стратегіями для зменшення поширення неправдивої інформації та збереження довіри до журналістики в цифрову епоху.

5. Надання пріоритету залучення аудиторії та інтерактивності. Інтерактивні методи розповіді, такі як опитування, вікторини та сесії запитань і відповідей у прямому ефірі, сприяють глибшому залученню та діалогу між журналістами та їхньою аудиторією. Запитуючи відгуки, відповідаючи на запитання та сприяючи змістовним дискусіям, журналісти можуть розвивати почуття спільноти та довіри серед своєї читацької аудиторії. Крім того, включення контенту, створеного користувачами, та елементів партисипативного сторітелінгу дає аудиторії можливість зробити свій внесок у журналістський процес, тим самим підвищуючи актуальність та достовірність висвітлення новин.

Поширення нових медіа-платформ, включно з соціальними мережами, онлайн-трансляціями та цифровими публікаціями, докорінно змінило те, як створюється, поширюється та споживається інформація. Ці платформи пропонують безпрецедентні можливості для людей спілкуватися, співпрацювати та виражати себе в глобальному масштабі. Однак вони також створюють виклики, такі як інформаційне перевантаження, цифрова дезінформація та проблеми конфіденційності.

Освіта слугує наріжним каменем для розвитку медіаграмотності, яка необхідна для навігації в складних умовах нових медіаландшафтів. Медіаграмотність охоплює здатність отримувати доступ, аналізувати, оцінювати та ефективно створювати медіаконтент. Завдяки системам формальної освіти люди отримують навички критичного мислення, цифрової грамотності та етичні засади, необхідні для відповідальної взаємодії з різними формами медіа. На початковому та середньому рівнях навчальні програми повинні включати медіаграмотність, щоб дати учням навички відрізнити достовірну інформацію від дезінформації, розпізнавати упередженість медіарепрезентацій та розуміти соціокультурний вплив медіаповідомлень. Крім того, вищі навчальні заклади відіграють важливу роль у розвитку медіаграмотності, пропонуючи спеціалізовані курси з медіазнавства, комунікації та цифрової журналістики. Ці

програми надають студентам теоретичні основи та практичні навички, щоб орієнтуватися в мінливому ландшафті нових медіа.

Окрім формальної освіти, постійний професійний розвиток є необхідним для того, щоб медіапрофесіонали могли адаптуватися до постійно мінливої динаміки нових медіа. Медійники, зокрема журналісти, творці контенту та цифрові маркетологи, повинні постійно оновлювати свої навички та знання, щоб залишатися актуальними та ефективними у своїх галузях. Ініціативи з професійного розвитку, такі як воркшопи, семінари та онлайн-курси, дають змогу медійникам бути в курсі нових технологій, тенденцій та найкращих практик у швидкозмінному медіа-ландшафті. Крім того, професійні організації та галузеві асоціації відіграють ключову роль у створенні можливостей для нетворкінгу, менторських програм і спільних проєктів, які сприяють інноваціям та розвитку навичок серед медіапрофесіоналів. Завдяки навчанню впродовж життя та професійному розвитку медійники можуть підвищити свою адаптивність, креативність та стійкість перед обличчям технологічних потрясінь та ринкових змін.

Синергія між освітою та професійним розвитком має важливе значення для формування медіаграмотного суспільства та кваліфікованої робочої сили, здатної використовувати потенціал нових медіа для позитивних соціальних змін та економічного зростання. Навчальні заклади повинні співпрацювати із зацікавленими сторонами галузі для розробки навчальних програм, які відображають реальні медіа-практики та включають можливості практичного навчання, такі як стажування та галузеві проєкти. Крім того, роботодавці зобов'язані інвестувати в безперервний професійний розвиток своєї робочої сили, надаючи доступ до навчальних програм, можливостей наставництва та ресурсів для підвищення кваліфікації. Розвиваючи культуру навчання та інновацій, організації можуть допомогти своїм працівникам адаптуватися до технологічних змін і сприяти успіху організації в цифрову епоху. Освіта та професійний розвиток відіграють незамінну роль у полегшенні адаптації людей до нових медіа-платформ та підвищенні медіаграмотності в суспільстві. Завдяки

формальній освіті та постійним ініціативам з професійного розвитку люди набувають навичок критичного мислення, цифрової грамотності та практичних знань, необхідних для того, щоб орієнтуватися в складнощах цифрової епохи. Інвестуючи в освіту та професійний розвиток, зацікавлені сторони можуть дати людям можливість використовувати трансформаційний потенціал нових медіа для особистого зростання, професійного просування та збагачення суспільства.

Отже, оптимізація використання нових медіа в журналістиці - це не просто питання прийняття модних інструментів чи платформ; це вимагає методичного та принципового підходу. Інтегруючи наукові принципи та доказові практики у свої стратегії, журналісти можуть ефективно використовувати потенціал нових медіа, відстоюючи при цьому фундаментальні цінності журналістики. Викладені рекомендації - використання мультимедійного сторітелінгу, розвиток прозорості та підзвітності, використання аналітики даних, боротьба з дезінформацією та пріоритетність залучення аудиторії - слугують опорою для навігації в динамічному цифровому ландшафті. Завдяки цим стратегіям журналісти можуть не лише охопити ширшу аудиторію, а й сприяти встановленню глибших зв'язків і довіри зі своєю читацькою аудиторією. Однак цей шлях до оптимізації - безперервний процес. Оскільки медіа-ландшафт продовжує розвиватися і з'являються нові виклики, журналісти повинні залишатися пильними, адаптивними та інноваційними. Йдучи в ногу з технологічним прогресом, суспільними змінами та новими передовими практиками, журналісти можуть продовжувати виконувати свою незамінну роль хранителів правди та демократії в цифрову епоху.

Таким чином, оптимізація нових медіа в журналістиці являє собою зближення мистецтва і науки, де творчість керується емпіричними даними та етичними принципами. Дотримуючись цих принципів і використовуючи трансформаційний потенціал нових медіа, журналісти можуть підтримувати цілісність своєї професії і сприяти розвитку більш поінформованого, активного і демократичного суспільства.

### 3.3. Етичні та регулятивні аспекти розвитку медійного простору

У сучасному суспільстві спостерігається безпрецедентна еволюція медіапростору з поширенням цифрових платформ, соціальних мереж і середовищ віртуальної реальності (VR). Хоча цей прогрес відкриває численні можливості для комунікації, самовираження та інновацій, він також викликає глибокі етичні та регуляторні занепокоєння. У цифрову епоху конфіденційність є фундаментом етичних проблем розвитку медіапростору. Збір, зберігання та використання персональних даних медіа-платформами порушує важливі етичні питання, пов'язані зі згодою, прозорістю та захистом даних. Користувачі часто опиняються на роздоріжжі, балансуючи між привабливістю персоналізованих послуг та ерозією їхніх прав на приватність. Етичний імператив полягає в тому, щоб люди могли контролювати свою особисту інформацію, розуміти, як вона використовується, і надавати явну згоду на її використання. Прозорість у роботі з даними та надійні заходи захисту даних мають важливе значення для вирішення цих проблем, захищаючи права людей на недоторканність приватного життя у світі, який стає все більш взаємопов'язаним.

Поширення неправдивої або оманливої інформації через медіа-платформи становить серйозну загрозу для цілісності публічного дискурсу та демократичних процесів. Етичні міркування зосереджуються на відповідальності медіа за перевірку інформації перед її поширенням та ролі алгоритмів в увічненні сенсаційності на противагу точності. Медійні організації несуть етичний обов'язок дотримуватися журналістських стандартів правдивості, точності та неупередженості, прагнучи відрізнити достовірну інформацію від неправдивої або дезінформації. Крім того, платформи повинні надавати пріоритет алгоритмічній прозорості та підзвітності, щоб зменшити поширення неправдивих наративів і сприяти усвідомленій громадянській активності.

Розвиток медіапростору посилює існуючу нерівність у доступі до

інформації та технологій, поглиблюючи прірву між привілейованими та маргіналізованими верствами населення. Виникають етичні проблеми щодо рівного доступу до медіа-платформ і наслідків виключення для соціальної згуртованості та економічних можливостей. Подолання цифрового розриву вимагає узгоджених зусиль, спрямованих на усунення інфраструктурних бар'єрів, підвищення цифрової грамотності та забезпечення доступності технологій. Етичні імперативи змушують політиків, галузеві зацікавлені сторони та громадянське суспільство визначати пріоритети ініціатив, які сприяють цифровій інклюзії та зменшують нерівність у доступі до медіа та інформаційних ресурсів.

Платформи стикаються з етичними дилемами під час модерації користувачького контенту, долаючи суперечності між принципами свободи слова та необхідністю запобігання шкоді, мові ворожнечі та дезінформації. Дотримання стандартів спільноти та рекомендацій щодо контенту вимагає ретельного врахування культурного контексту, прав людини та уникнення цензури. Етичні практики модерації контенту передбачають прозорість, послідовність і підзвітність, надаючи користувачам можливість повідомляти про порушення та оскаржувати рішення. Крім того, платформи повинні інвестувати в надійні технології модерації контенту і наймати різноманітні, культурно компетентні команди модераторів, щоб враховувати нюанси мовлення в Інтернеті, дотримуючись при цьому стандартів спільноти і захищаючи користувачів від шкоди.

Таким чином, етичні міркування пронизують усі аспекти розвитку медіапростору, формуючи дизайн, впровадження та управління цифровими платформами і технологіями. Надаючи пріоритет принципам приватності, правдивості, справедливості та поваги до прав людини, зацікавлені сторони можуть сприяти створенню етичної медіа-екосистеми, яка підтримує демократичні цінності та просуває суспільні інтереси в цифрову епоху.

Уряди в усьому світі реагують на нагальну потребу захисту прав громадян на приватність, ухвалюючи суворі закони про захист даних і приватність.

Яскравим прикладом є Загальний регламент захисту даних (GDPR) Європейського Союзу, який встановлює комплексні положення щодо обробки персональних даних медіа-компаніями та іншими суб'єктами. Надійні закони про захист даних необхідні для забезпечення прозорості, підзвітності та контролю користувачів над своїми даними. Ці норми зобов'язують організації впроваджувати такі заходи, як мінімізація даних, обмеження цілей та механізми згоди користувачів, щоб захистити права людей на приватність у цифровій сфері.

Зростаюче домінування технологічних гігантів у медіапросторі викликає занепокоєння щодо монополістичних практик, концентрації ринку та потенційного придушення конкуренції. Антимонопольні органи реагують на це, посилюючи контроль за злиттями та поглинаннями, щоб запобігти антиконкурентній поведінці та захистити інновації і вибір споживачів. Регуляторні заходи, такі як антимонопольні розслідування та правозастосовні дії, спрямовані на створення конкурентного середовища, в якому можуть процвітати менші гравці, сприяючи розмаїттю, інноваціям та добробуту споживачів у медіа-екосистемі.

Уряди стикаються зі зростаючим тиском щодо регулювання онлайн-контенту з метою протидії поширенню шкідливих матеріалів, зокрема мови ненависті, терористичної пропаганди та експлуатації дітей. Механізми регулювання контенту повинні забезпечувати делікатний баланс між захистом свободи вираження поглядів і запобіганням шкоді, використовуючи прозорі процеси та механізми нагляду для захисту демократичних цінностей. Регуляторні підходи можуть охоплювати законодавчі заходи, вимоги до модерації контенту та співпрацю із зацікавленими сторонами галузі з метою розробки ефективних засобів захисту від шкоди в Інтернеті при дотриманні основоположних прав і принципів.

Зацікавлені сторони галузі, зокрема медіакомпанії, технологічні фірми та професійні асоціації, відіграють вирішальну роль у встановленні етичних принципів і стандартів відповідальної медіапрактики. Кодекси поведінки, етичні рамки та найкращі практики допомагають сприяти доброчесності, підзвітності

та довірі в медіа-екосистемі. Дотримуючись таких етичних принципів, як прозорість, справедливість і повага до прав користувачів, зацікавлені сторони можуть сприяти розвитку культури етичної поведінки та підтримувати довіру громадськості до медіа та технологічних платформ. Крім того, галузеві ініціативи саморегулювання доповнюють регуляторні зусилля, вирішуючи нові етичні проблеми та сприяючи постійному вдосконаленню медіа-практик.

Таким чином, ухвалюючи надійні закони про захист даних і приватності, протидіючи антиконкурентній поведінці, регулюючи онлайн-контент і просуваючи етичні настанови та стандарти, політики та зацікавлені сторони галузі можуть спільно працювати над створенням медіа-екосистеми, яка ставить на перше місце права особистості, сприяє конкуренції та інноваціям, а також підтримує демократичні цінності в цифрову епоху.

Отже, етичне та регуляторне середовище розвитку медіапростору є складним і багатогранним, відображаючи різноманітні інтереси та цінності, що стоять на кону. Дотримання таких етичних принципів, як недоторканність приватного життя, правдивість, справедливість і повага до прав людини, має важливе значення для використання трансформаційного потенціалу медіа-технологій для покращення суспільства. Водночас ефективні регуляторні заходи необхідні для зменшення ризиків, захисту прав громадян і створення справедливого, прозорого та сприятливого для демократичного дискурсу та інновацій медіа-середовища. Вирішуючи ці виклики за допомогою передбачення, співпраці та відданості етичній поведінці, зацікавлені сторони можуть сприяти розвитку медіа-екосистеми, яка слугуватиме суспільним інтересам і підтримуватиме демократичні цінності в цифрову епоху.

## ВИСНОВКИ

У роботі досліджено ландшафт сучасних комунікаційних інструментів, зосереджуючись на їхній появі, розвитку та глибокому впливі на суспільство і сферу журналістики. Дослідження розпочалося з простеження історичної траєкторії та теоретичних засад, які сформували еволюцію комунікаційних технологій. Це забезпечило фундаментальне розуміння того, як з'явилися сучасні комунікаційні інструменти та їхні теоретичні підвалини, які мають вирішальне значення для розуміння їхньої функціональності та суспільної інтеграції. Завдяки детальному вивченню різних сучасних комунікаційних інструментів, їх класифікаціям та характеристикам було окреслено їхні можливості та обмеження, виявлено їхні можливості та обмеження. Цей аналіз допоміг проілюструвати різноманітну природу цих інструментів та їхню адаптивність у різних комунікативних контекстах. Крім того, було критично оцінено роль і значення нових медіа в комунікаційному процесі, підкреслено їхній трансформаційний вплив на публічний дискурс і суспільну взаємодію.

На основі проведеного дослідження і відповідно до мети, і завдань дослідження були сформульовані наступні висновки:

1. Дослідження історії та теорій розвитку комунікаційних технологій виявило безперервну еволюцію під впливом як технологічного прогресу, так і суспільних потреб. Генезис сучасних засобів комунікації можна простежити до ранніх інновацій у сфері телекомунікацій та цифрових технологій, що ґрунтувалися на таких теоріях, як «засіб - це повідомлення» Маршалла Маклюена, який підкреслював роль засобу у формуванні та контролі масштабу і форми людських об'єднань та дій. Цей історичний і теоретичний фундамент має важливе значення для розуміння контексту і траєкторії розвитку сучасних засобів комунікації, надаючи уявлення про їхній трансформаційний потенціал у суспільстві.

2. Класифікація сучасних комунікаційних інструментів за такими категоріями, як соціальні медіа-платформи, додатки для обміну миттєвими

повідомленнями та технології для спільної роботи, підкреслила їхнє різноманітне застосування та функціональність. Кожна категорія інструментів має унікальні характеристики, які задовольняють різні комунікативні потреби - від взаємодії в режимі реального часу до масового мовлення та спільної роботи. Це завдання підкреслило різноманітність і складність сучасних комунікаційних інструментів, розкривши їхні можливості сприяти розширенню та багатогранності форм комунікації в суспільстві.

3. Нові медіа зайняли значну нішу в комунікаційному процесі, виступаючи як платформи для поширення інформації, так і арени для інтерактивного дискурсу. Їх роль виходить за рамки простого засобу комунікації і стає невід'ємною складовою суспільного діалогу, формуючи громадську думку та сприяючи політичним і соціальним рухам. Цей аналіз показав, що нові медіа стали невід'ємною частиною повсякденного життя людей, суттєво впливаючи на соціальну взаємодію та ширший комунікативний ландшафт.

4. Дослідження висвітлило двоїсту природу сучасних засобів комунікації з етичної точки зору. Хоча вони розширюють можливості зв'язку та доступу до інформації, вони також викликають занепокоєння, такі як вторгнення в приватне життя, дезінформація та цифровий розрив. Етичний аналіз вказав на необхідність створення надійних етичних рамок і моделей управління для вирішення цих питань. Забезпечення етичного використання цих інструментів передбачає спільні зусилля розробників технологій, політиків і користувачів, спрямовані на дотримання стандартів, які захищають права особистості та сприяють створенню здорового комунікативного середовища.

5. Нові медіа здійснили революцію в журналістиці, трансформували традиційні медіа-структури та створили нові можливості для репортажів і публікацій. Однак ця трансформація також спричинила такі виклики, як ерозія журналістських стандартів та посилення конкуренції з боку нетрадиційних медіа-суб'єктів. Сучасний медіа-ландшафт, як показано в цьому завданні, характеризується швидким темпом змін, що вимагає від журналістів адаптації до нових технологій, зберігаючи при цьому етичні та професійні стандарти.

6. Дослідження використання нових медіа в журналістиці виявило різні інноваційні стратегії, які журналісти використовують для взаємодії з аудиторією, збору інформації та поширення новин. Такі приклади, як використання соціальних мереж для репортажів у режимі реального часу та мультимедійного сторітелінгу, ілюструють проактивну адаптацію нових медіа в журналістиці. Ці стратегії підкреслюють потенціал нових медіа для вдосконалення журналістських практик, хоча вони також потребують постійного навчання та етичної пильності.

Таким чином, сучасні комунікаційні інструменти безповоротно змінили структуру суспільства та журналістики. Їхній подальший розвиток створює як можливості, так і виклики, які потребують вдумливого аналізу, етичних міркувань і стратегічного впровадження, щоб вони приносили користь суспільству і вдосконалювали журналістську професію. Дослідження сприяло глибшому розумінню цієї динаміки та заклала основу для майбутніх досліджень складної взаємодії між технологіями, комунікацією та суспільством.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Денисюк С.Г. Комунікологія: навч. пос. Вінниця: ВНТУ, 2015.102 с.
2. Захарченко А. Інтернет-медіа. Київ: Видавець Марченко, 2015. 142 с.
3. Коритнікова Н.В. Інтернет-представництво як комунікативний ресурс державного управління: автореф. дис. ... канд. соц. наук: спец. 22.00.04 «спеціальні та галузеві соціології» / Харківський нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2008. 20 с. Кузнецова О.Д. Засоби масової комунікації. Львів: ПАЮ, 2005. 200 с.
4. The Printing Press & the Protestant Reformation. URL: <https://www.worldhistory.org/article/2039/the-printing-press--the-protestant-reformation/> (дата звернення: 25.04.2024).
5. Момот Н.М. Історія комунікаційного простору української культури в публіцистиці Є. Маланюка. Комунікаційний простір постінформаційного суспільства: проблеми та перспективи: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 30 травня 2023 року). - Вінниця: ТВОРИ, 2023. - С. 67-70.
6. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
7. Samuel F. B. Morse Papers at the Library of Congress, 1793 to 1919. URL: <https://www.loc.gov/collections/samuel-morse-papers/articles-and-essays/invention-of-the-telegraph/> (дата звернення: 25.04.2024)
8. Invention of the Telephone: Topics in Chronicling America. URL: <https://guides.loc.gov/chronicling-america-telephone-invention> (дата звернення: 25.04.2024)
9. The Story Behind the Telephone. URL: <https://fi.edu/en/blog/story-behind-telephone> (дата звернення: 25.04.2024)
10. Marconi's First Wireless Transmission. URL: <https://www.ool.co.uk/blog/marconis-first-wireless-transmission/> (дата звернення: 25.04.2024)

11. The Fireside Chats: Roosevelt's Radio Talks. The White House speaks to America. URL: <https://www.whitehousehistory.org/the-fireside-chats-roosevelts-radio-talks> (дата звернення: 25.04.2024)
12. Stephens M. History of Television. URL: <https://stephens.hosting.nyu.edu/History%20of%20Television%20page.html> (дата звернення: 25.04.2024)
13. The History of Television (or, How Did This Get So Big?). URL: <https://www.cs.cornell.edu/~pjs54/Teaching/AutomaticLifestyle-S02/Projects/Vlku/history.html> (дата звернення: 25.04.2024)
14. Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2024, April 10). personal computer. Encyclopedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/technology/personal-computer> (дата звернення: 25.04.2024)
15. Early Personal Computers, 1970s-1980s. URL: <https://collections.museumsvictoria.com.au/articles/15729> (дата звернення: 25.04.2024)
16. From ARPANET to the internet. URL: <https://www.sciencemuseum.org.uk/objects-and-stories/arpamet-internet> (дата звернення: 25.04.2024)
17. Іващенко В.Л. Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво «Розумники»», 2021. 192 с.
18. Kane G. C. The evolutionary implications of social media for organizational knowledge management. *Information and organization*. 2017. № 27(1). P. 37-46.
19. Urry J. Social networks, mobile lives and social inequalities. *Journal of transport geography*. 2012. № 21. P. 24-30.
20. Dimitrova D. V., Matthes J. Social media in political campaigning around the world: Theoretical and methodological challenges. *Journalism & mass communication quarterly*. 2018. № 95(2). P. 333-342.
21. Матвєєва С. А. Сайт як жанр інтернет-комунікації (на матеріалі

персональних сайтів учених): дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.15 «загальне мовознавство». Луганськ, 2006. 212 с.

22. Городенко Л. М. Концепція блогу як технології нових медіа. *Current issues of mass communication*. 2014. № 15. С. 50-61.

23. Tulshan A. S., Dhage S. N. Survey on virtual assistant: Google assistant, siri, cortana, alexa. In *Advances in Signal Processing and Intelligent Recognition Systems: 4th International Symposium SIRS 2018*. 2019. P. 190-201.

24. Chemouil P., Hui P., Kellerer W., Li Y., Stadler R., Tao D., ... Zhang Y. Special issue on artificial intelligence and machine learning for networking and communications. *IEEE Journal on Selected Areas in Communications*. 2019. № 37(6). P. 1185-1191.

25. El-Ebiary Y. A. B., Hatamleh A., Aseh K., Altrad A., Amayreh K. T., Hilles S., ... Aledinat L. S. Blockchain as a decentralized communication tool for sustainable development. In *2021 2nd International Conference on Smart Computing and Electronic Enterprise (ICSCEE)*. 2021. P. 127-133.

26. Debatin B. Ethical implications of blogging. *The handbook of global communication and media ethics*. 2011. № 1. P. 823-844.

27. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація?. *Current issues of mass communication*. 2013. № 14. P. 65-69.

28. Городенко Л. Новітні медіа. URL: <http://journ.univ.kiev.ua/csc/wp-content/uploads/2020/11/NewMedia.pdf> (дата звернення: 25.04.2024)

29. Алексеєнко Ю. О. Соціальні медіа й соціальні мережі в процесі конвергенції старих і нових медіа. *Теорія та історія соціальних комунікацій*. 2021. № 32. С. 71.

30. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. *Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Електронні дані. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с.*

31. Зражевська Н. І. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакультурі. *Current issues of mass communication*. 2013. Вип. 14. С. 70-75.

32. Pavlik J. V. New media and news: Implications for the future of journalism. *New Media & Society*. 1999. № 1(1). P. 54-59.

33. O'sullivan J., Heinonen A. Old values, new media: Journalism role perceptions in a changing world. *Journalism Practice*. 2008. № 2(3). P. 357-371.
34. Fenton N. New media, old news: Journalism and democracy in the digital age. *New Media, Old News*. 2009. P. 1-232.
35. Bivens R. K. The Internet, mobile phones and blogging: How new media are transforming traditional journalism. *Journalism practice*. 2008. № 2(1). P. 113-129.
36. Pavlik J. V. Running the technological gauntlet: Journalism and new media. *Making journalists*. 2005. P. 245-263.
37. Compton J. R., Benedetti P. Labour, new media and the institutional restructuring of journalism. In *The future of journalism*. 2013. P. 52-64.
38. Fenton N. Drowning or waving? New media, journalism and democracy. *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age*. 2010. P. 3-16.
39. Višňovský J., Radošinská J., Predmerská A. Digital Journalism Rethinking Journalistic Practice in the era of Digital Media. *European Journal of Science and Theology*. 2015. № 11(6). P. 57-66.
40. Fortunati L., Sarrica M., O'Sullivan J., Balcytiene A., Harro-Loit H., Macgregor P., ... De Luca F. The influence of the internet on European journalism. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2009. № 14(4). P. 928-963.
41. Višňovský J., & Bielik P. Explanatory journalism—a new way how to communicate in digital era. *Media literacy and academic research*. 2021. № 4(1). P. 14-37.
42. Wang S., Zhu X., Ding W., Yengejeh A. A. Cyberbullying and cyberviolence detection: A triangular user-activity-content view. *IEEE/CAA Journal of Automatica Sinica*. 2022. № 9(8). P. 1384-1405.
43. Stokes S. *Digital copyright: law and practice*. Bloomsbury publishing, 2019. 289 p.
44. Royackers L., Timmer J., Kool L., Van Est R. Societal and ethical issues of digitization. *Ethics and Information Technology*. 2018. № 20. P. 127-142.
45. General Data Protection Regulation (GDPR). URL: <https://gdpr-info.eu/>  
(дата звернення: 25.04.2024)

46. Understand the key provisions of California's consumer privacy legislation – including enforcement, consumer rights, and how to comply. URL: <https://pro.bloomberglaw.com/insights/privacy/california-consumer-privacy-laws/> (дата звернення: 25.04.2024)
47. Online Platforms' Moderation of Illegal Content Online. Law, Practices and Options for Reform. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652718/IPOL\\_STU\(2020\)652718\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652718/IPOL_STU(2020)652718_EN.pdf) (дата звернення: 25.04.2024)
48. SPJ Code of Ethics. URL: <https://www.spj.org/ethicscode.asp> (дата звернення: 25.04.2024)
49. We believe in a world where the Internet means opportunity. We care about its future. URL: <https://www.internetsociety.org/> (дата звернення: 25.04.2024)
50. Gane N., Beer D. New media: The key concepts. Berg, 2008. 160 p.
51. Pratt A. C. New media, the new economy and new spaces. Geoforum. 2000. № 31(4). P. 425-436.
52. Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I., Kelly K. New media: A critical introduction. Routledge, 2008. 464 p.
53. Hansen M. B., Hansen, M. B. N. New philosophy for new media. MIT press, 2006. 333 p.
54. Livingstone S. New media, new audiences?. New media & society. 1999. № 1(1). P. 59-66.
55. Schulz W. Mediatization and new media. In Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies. 2014. P. 57-73.
56. Breakenridge D. K. PR 2.0: New media, new tools, new audiences. Ft Press, 2008. 275 p.
57. Josephi B. Digital journalism and democracy. The SAGE handbook of digital journalism. 2016. P. 9-24.
58. Cook C., Knight M. Social media for journalists: Principles and practice. Social Media for Journalists. 2013. P. 1-288.
59. Bossio D., Holton A. E. Burning out and turning off: Journalists'

disconnection strategies on social media. *Journalism*. 2021. № 22(10). P. 2475-2492.

60. Blankenship J. C. Losing their “mojo”? Mobile journalism and the deprofessionalization of television news work. *Journalism Practice*. 2016. № 10(8). P. 1055-1071.

61. Lievrouw L. A. *Alternative and activist new media*. John Wiley & Sons, 2011. 304 p.

62. Kaymas S. A. When the journalist meets new media: Some reflections on the interactions between journalist and new media driven journalism in Turkey. *Journal of Media Research-Revista de Studii Media*. 2017. № 10(29). P. 26-47.

63. Mellado C., Alfaro A. Platforms, journalists and their digital selves. *Digital journalism*. 2020. № 8(10). P. 1258-1279.

64. BBC News. URL: <https://twitter.com/BBCWorld> (дата звернення: 25.04.2024)

65. NDTV. URL: <https://www.ndtv.com/> (дата звернення: 25.04.2024)

66. Lynx Insight Service. URL: <https://www.reuters.com/authors/lynx-insight-service/> (дата звернення: 25.04.2024)

67. Al Jazeera. URL: <https://www.aljazeera.com/> (дата звернення: 25.04.2024)

68. Hallin D. C. Media, the public sphere, and the globalization of social problems. *Globalizing Issues: How Claims, Frames, and Problems Cross Borders*. 2020. P. 321-335.

69. Deane J. Media, democracy and the public sphere. *Media and Glocal Change: Rethinking Communication for Development*, Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. 2005. P. 178.

70. Iosifidis P. The public sphere, social networks and public service media. *Information, Communication & Society*. 2011. № 14(5). P. 619-637.

71. Carpentier N., Dahlgren P., Pasquali F. Waves of media democratization: A brief history of contemporary participatory practices in the media sphere. *Convergence*. 2013. № 19(3). P. 287-294.

72. *Adapting To The Times: The New York Times Digital Transformation*

Strategy. URL: <https://blog.osum.com/new-york-times-digital-transformation/> (дата звернення: 25.04.2024)

73. Challenges facing the Publishing and Media industry in 2024. URL: <https://deployteq.com/challenges-facing-the-publishing-and-media-industry-in-2024/> (дата звернення: 25.04.2024)

74. Shavkatovna S. N. The peculiarities of journalistic style. In E-Conference Globe. 2021. P. 122-123.

75. Trenz H. J. Digital media and the return of the representative public sphere. Javnost-the public. 2009. № 16(1). P. 33-46.

76. Hjarvard S. News media and the globalization of the public sphere. News in a globalized society. 2001. P. 17-39.

77. du Preez M. Ethical dilemmas in journalism. Ecquid Novi. 1994. № 15(1). P. 117-122.