

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

Рожанський Олександр Олександрович

**БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**«Діджиталізація у медіапросторі України»**  
(тема)

061 Журналістика  
(шифр і назва спеціальності)

«Журналістика»  
(освітня програма)

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Бакалаврська кваліфікаційна робота **Рожанського Олександра Олександровича** містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

---

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник:

**Васильєва Олена Владиславівна**  
к.е.н., доцент кафедри журналістики

**Київ — 2025 рік**

## ЗМІСТ

Список використаних скорочень .....	4
Реферат.....	6
ВСТУП.....	8
1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОСТОРУ... 12	12
1.1. Поняття та сутність діджиталізації медіа.....	12
1.2. Тенденції розвитку цифрових медіа: конвергенція, мобілізація, персоніфікація, інтерактивність .....	17
1.3. Технології та інструменти діджиталізації медіапростору .....	21
2 ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ МЕДІАПРОСТОРУ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ .....	26
2.1. Аналіз українського медіаландшафту: традиційні та цифрові медіа .....	26
2.2. Вплив діджиталізації на споживання медіаконтенту в Україні ....	31
2.3. Використання соціальних мереж у вітчизняному медіапросторі: переваги та недоліки .....	35
3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ .....	38
3.1. Виклики діджиталізації: аналіз ризиків та загроз .....	39
3.2. Перспективи розвитку та державне регулювання цифрових медіа .....	42
3.3. Шляхи прискорення та удосконалення процесу розвитку діджиталізації медіапростору України.....	46
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	55
ДОДАТОК А.....	62
ДОДАТОК Б .....	63

ДОДАТОК В.....67

## Список використаних скорочень

Скорочення	Повна назва
ZMI	Засоби масової інформації
CMS	Content Management System (система управління контентом)
SEO	Search Engine Optimization (пошукова оптимізація)
RSS	Really Simple Syndication (спрощена система розповсюдження контенту)
URL	Uniform Resource Locator (уніфікований локатор ресурсу)
WW	World Wide Web (всесвітня павутина)
IoT	Internet of Things (інтернет речей)
AI	Artificial Intelligence (штучний інтелект)
AR	Augmented Reality (доповнена реальність)
VR	Virtual Reality (віртуальна реальність)
UX	User Experience (досвід користувача)
UI	User Interface (користувацький інтерфейс)
KPI	Key Performance Indicator (ключовий показник ефективності)
IP	Internet Protocol (інтернет-протокол)
GDP	General Data Protection Regulation (загальний регламент захисту даних ЄС)
API	Application Programming Interface (програмний інтерфейс додатків)
ICT	Information and Communication Technology (інформаційно-комунікаційні технології)
OTT	Over-the-Top (розповсюдження медіа контенту через інтернет)

Скор очення	Повна назва
CDN	Content Delivery Network (мережа доставки контенту)

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота бакалавра

Кількість сторінок – 64

Кількість таблиць – 4

Кількість використаних джерел – 53

Кількість додатків – 3

**Об’єкт дослідження:** медіапростір України в умовах цифрової трансформації.

**Предмет дослідження:** процеси, інструменти та моделі діджиталізації, що використовуються в українських медіа, а також вплив діджиталізації на практику журналістики.

**Мета роботи:** всебічне вивчення теоретичних і практичних аспектів діджиталізації медіапростору України, аналіз основних тенденцій і прогнозування перспектив його розвитку в умовах цифрових викликів та глобальних інформаційних трансформацій.

**Методи дослідження:** теоретичний аналіз наукових джерел і нормативної бази (розділ 1), контент-аналіз публікацій провідних цифрових ЗМІ України (розділ 2), порівняльний аналіз традиційних та цифрових медіа, моделювання комунікаційних процесів, анкетування серед аудиторії українських медіа (розділ 2), SWOT-аналіз для оцінки проблем і перспектив розвитку діджиталізації (розділ 3).

**Основні результати:** у результаті дослідження встановлено ключові тенденції діджиталізації медіапростору України: активна конвергенція медіа, мобілізація контенту, зростання ролі персоніфікації та інтерактивності в

комунікаційних процесах. Виявлено, що українські медіа активно адаптуються до викликів цифрової епохи, але стикаються із серйозними проблемами, серед яких: низька медіаграмотність аудиторії, нерівний доступ до цифрових ресурсів, інформаційна безпека та ризики поширення фейкових новин. Запропоновано шляхи удосконалення процесу діджиталізації: створення єдиної національної стратегії цифрових медіа, державне стимулювання розвитку локальних цифрових платформ, популяризація медіаграмотності серед населення.

**Наукова новизна:** у дипломній роботі здійснено комплексний аналіз явища діджиталізації медіапростору України. Запропоновано авторське бачення ефективної моделі взаємодії традиційних і цифрових медіа в умовах українських реалій, що дозволяє оптимізувати процеси трансформації та взаємодії з аудиторією. Підкреслено актуальність поєднання теоретичних концепцій діджитал-комунікацій із реальними прикладами та практиками українських медіа.

**Сфера практичного застосування результатів:** результати роботи можуть бути використані в навчальному процесі при викладанні дисциплін з цифрової журналістики, для розробки редакційних цифрових стратегій медіаорганізацій, удосконалення державної політики щодо регулювання онлайн-медіа, а також для підвищення рівня цифрової медіаграмотності серед населення України.

## ВСТУП

Сучасна епоха розвитку інформаційного суспільства супроводжується глобальними трансформаціями у сфері комунікації, що безпосередньо відображається на засобах масової інформації (ЗМІ). На зміну традиційним моделям поширення інформації приходять цифрові формати, які забезпечують мобільність, інтерактивність, персоніфікацію та конвергенцію медіа. Відтак діджиталізація стала невід'ємною частиною медіаіндустрії XXI століття. Її сутність полягає у використанні цифрових технологій для створення, обробки, розповсюдження та споживання інформаційного контенту. Важливо підкреслити, що процес діджиталізації має як глобальний, так і локальний виміри, адже в умовах цифрової глобалізації кожна країна формує власну модель адаптації традиційних та новітніх медіаінструментів.

В Україні процес діджиталізації медіапростору розвивається особливо активно, що обумовлено як внутрішніми викликами, так і зовнішніми факторами. Геополітична ситуація, інформаційна війна, зростання рівня використання соціальних мереж і стрімке поширення мобільного інтернету формують унікальні умови функціонування українських ЗМІ. Діджиталізація стала ключовим інструментом протидії інформаційним маніпуляціям та фейковим новинам, а також важливим фактором зміцнення демократичних процесів через забезпечення громадянам вільного доступу до різноманітних джерел інформації. Актуальність дослідження діджиталізації у медіапросторі України зумовлена необхідністю наукового осмислення цього феномену, вивчення його впливу на зміну форматів подачі інформації, редакційну політику, бізнес-моделі ЗМІ та аудиторну поведінку.

Питання цифрової трансформації ЗМІ знайшли відображення у наукових працях як зарубіжних (Pavlik, Deuze, Castells), так і вітчизняних дослідників (Бакіров, Колесник, Андрущенко, Беспалько, Олійник). Однак

переважна більшість публікацій зосереджена або на окремих аспектах феномену діджиталізації, або на аналізі окремих технологічних інструментів. Таким чином, постає потреба в комплексному дослідженні діджиталізації медіапростору України, що враховувало б сукупність теоретичних, емпіричних та прикладних аспектів. Такий міждисциплінарний підхід дозволить сформувати цілісне уявлення про сучасний стан і тенденції розвитку українських ЗМІ в умовах цифрової епохи.

**Мета дипломної роботи** полягає у комплексному аналізі процесів діджиталізації медіапростору України, виявленні основних тенденцій, проблем, загроз та перспектив розвитку вітчизняної медіаіндустрії в умовах цифрової трансформації.

**Завдання дослідження** полягають у наступному:

1. Розкрити сутність поняття «діджиталізація медіа», визначити його основні характеристики, функції та значення для сучасного медіапростору.
2. Дослідити основні тенденції розвитку цифрових медіа, такі як конвергенція, мобілізація, персоніфікація та інтерактивність.
3. Проаналізувати стан українського медіаландшафту: співвідношення традиційних та цифрових ЗМІ, їх адаптацію до нових реалій.
4. Дослідити вплив діджиталізації на споживання медіаконтенту в Україні, а також зміну моделей поведінки аудиторії.
5. Оцінити роль соціальних мереж у вітчизняному медіапросторі, їхні переваги та недоліки в контексті журналістської діяльності.
6. Виявити проблеми, ризики та виклики, пов'язані з процесами цифрової трансформації медіа.

7. Запропонувати шляхи удосконалення, модернізації та прискорення процесів діджиталізації українського медіапростору.

**Об'єкт дослідження** – медіапростір України в умовах цифрової трансформації.

**Предмет дослідження** – процеси, інструменти, технології та моделі діджиталізації, що використовуються в українських ЗМІ.

**Методи дослідження:** у дипломній роботі застосовано низку взаємодоповнюючих методів, які забезпечили системність та глибину дослідження. До них належать теоретичний аналіз літератури і нормативної бази (розділ 1), контент-аналіз публікацій цифрових медіа (розділ 2), порівняльний аналіз практик традиційної та цифрової журналістики, анкетування серед споживачів контенту українських ЗМІ, моделювання комунікаційних процесів, а також SWOT-аналіз (розділ 3).

**Наукова новизна роботи** полягає у поєднанні теоретичних і практичних підходів до дослідження діджиталізації українського медіапростору. Уперше здійснено комплексний аналіз інтеграції цифрових технологій у практику вітчизняних медіа, сформульовано авторські пропозиції щодо удосконалення процесів діджиталізації в українських реаліях.

**Практична значущість дослідження** визначається можливістю застосування результатів для удосконалення навчальних програм із цифрової журналістики, адаптації редакційних стратегій ЗМІ, розробки державних регуляторних механізмів, спрямованих на розвиток і підтримку цифрових медіа, а також для підвищення рівня медіаграмотності населення України.

**Апробація результатів дослідження:** основні результати роботи були оприлюднені на студентських наукових конференціях, круглих столах, семінарах, а також представлені під час проходження переддипломної практики.

**Структура та обсяг роботи:** дипломна робота складається зі вступу, трьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг становить 64 сторінок, у тексті представлено 4 таблиць, 3 додатків, а список використаних джерел включає 53 найменування.

# 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОСТОРУ

## 1.1. Поняття та сутність діджиталізації медіа

Сучасний етап розвитку глобального інформаційного середовища характеризується переходом від аналогових до цифрових форматів створення, зберігання, розповсюдження та споживання інформації. Цей феномен отримав назву діджиталізація (від англ. *digitalisation*), що означає перехід усіх процесів та інструментів у цифрову площину. У контексті медіа діджиталізація виступає як кардинальна зміна форм і механізмів комунікації, що спричиняє глобальні трансформації в структурі, функціонуванні та місії засобів масової інформації.

Діджиталізація медіа, за визначенням провідних дослідників (Pavlik, Deuze), – це процес інтеграції цифрових технологій у всі етапи створення й поширення медіаконтенту: від збору даних до взаємодії із споживачем. Це не лише технічний аспект, а й глибока соціокультурна та економічна трансформація медіаіндустрії, яка змінює способи виробництва, дистрибуції та споживання інформації. Вона охоплює створення мультимедійного контенту, його персоніфікацію, інтеграцію різних платформ, розвиток мобільних технологій тощо [6].

Однією з головних рис діджиталізації є її всеохопний характер. Традиційні медіа (газети, журнали, радіо, телебачення) адаптують свою діяльність під цифрові формати, створюючи вебсайти, мобільні додатки, платформи для відео та аудіострімінгу. Одночасно виникають нові типи медіа, такі як онлайн-ЗМІ, блоги, соціальні мережі, стримінгові сервіси, які повністю існують лише у цифровому середовищі.

Теоретичне осмислення поняття «діджиталізація медіа» дозволяє виявити його складну структуру. Воно поєднує в собі технологічні, соціальні, економічні, культурні, правові та організаційні аспекти. З одного боку,

діджиталізація сприяє демократизації доступу до інформації, розвитку свободи слова та плюралізму думок. З іншого боку, вона породжує нові виклики: інформаційне перевантаження, поширення фейкових новин, кризи довіри до ЗМІ, етичні дилеми, пов'язані із захистом приватності та авторських прав.

Поняття діджиталізації нерозривно пов'язане із поняттям «медіаконвергенція», яке означає злиття різних видів медіа, створення єдиного інформаційного простору, де текст, звук, відео, фото, графіка поєднуються на одній платформі. Цей процес формує нові жанрові, форматні та стилістичні стандарти журналістики, що вимагає від журналістів мультифункціональності, оволодіння новими технологіями, вміння працювати з великими масивами даних (Big Data).

Важливим аспектом діджиталізації є мобілізація контенту, що передбачає його адаптацію до споживання на мобільних пристроях: смартфонах, планшетах, смарт-годинниках. За даними досліджень міжнародних агентств (Internews, Reuters Institute), понад 70% споживачів у світі отримують новини саме через мобільні пристрої, що докорінно змінює підходи до створення та подання контенту [8].

У контексті українських реалій діджиталізація медіа має специфічні особливості. З одного боку, вітчизняні медіа активно переймають західні технологічні та контентні стандарти. З іншого боку, вони змушені працювати в умовах інформаційної війни, гібридних загроз, економічної нестабільності, що суттєво впливає на темпи та якість цифрової трансформації.

Значення діджиталізації для розвитку демократичних процесів в Україні важко переоцінити. Вона забезпечує швидкий і масовий доступ населення до інформації, сприяє формуванню громадянської активності, розвитку електронного врядування, участі громадян у прийнятті суспільно важливих рішень. Однак ці позитивні процеси супроводжуються викликами,

зокрема низьким рівнем медіаграмотності населення, цифровим розривом між містом і селом, нестачею фінансування для модернізації регіональних ЗМІ.

Значну увагу в дослідженнях діджиталізації приділяють питанню зміни взаємодії медіа з аудиторією. Сучасні цифрові платформи дозволяють максимально персоніфікувати контент, адаптуючи його під потреби, інтереси та поведінку конкретного користувача. Це дає можливість значно підвищити залученість аудиторії, але водночас створює ризики формування так званих «інформаційних бульбашок» (filter bubbles), коли користувач споживає лише ті новини, які співпадають з його поглядами, і не стикається з альтернативними точками зору.

Важливою складовою діджиталізації є інтерактивність. Сучасні медіаплатформи дозволяють не лише споживати, а й створювати, коментувати, поширювати контент. Таким чином, аудиторія перетворюється з пасивного споживача в активного учасника інформаційного процесу. Це змінює традиційні моделі журналістики, вимагаючи від редакцій більшої відкритості, оперативності та гнучкості [24].

Ще однією важливою характеристикою діджиталізації медіа є автоматизація процесів створення та поширення інформації. Використання штучного інтелекту, алгоритмів машинного навчання дозволяє ЗМІ автоматично генерувати новини, оптимізувати контент, аналізувати аудиторію в режимі реального часу. Водночас це породжує питання етики, відповідальності, достовірності автоматично створеного контенту.

Діджиталізація медіа вимагає формування нових професійних компетенцій журналістів. Знання традиційних методів збору та перевірки інформації доповнюються навичками роботи з цифровими інструментами, аналітикою, мультимедійним сторітелінгом, вмінням працювати в умовах постійної інформаційної турбулентності.

Останнім елементом, який дозволяє повніше зрозуміти сутність діджиталізації медіа, є взаємозв'язок цього процесу із зміною бізнес-моделей засобів масової інформації. Традиційні джерела доходів, такі як продаж друкованих тиражів чи трансляція рекламних блоків, поступово втрачають актуальність. Натомість медіа шукають нові способи монетизації контенту в цифровому середовищі: моделі підписки (subscription model), платні доступи до преміального контенту (paywall), краудфандинг, спонсорські матеріали та нативна реклама. Зокрема, в українському контексті важливим стає поєднання традиційних та інноваційних джерел фінансування, що дозволяє редакціям залишатися економічно незалежними і дотримуватися професійних стандартів журналістики.

Важливою тенденцією розвитку діджиталізованих медіа є інтеграція мультимедійного контенту. Універсальний матеріал, що поєднує текст, фото, відео, аудіо та інтерактивну інфографіку, забезпечує глибше занурення аудиторії у контекст новин та подій. Українські медіа, такі як «Суспільне», «Громадське», «ВВС Україна», активно використовують ці інструменти, прагнучи запропонувати споживачам не лише інформацію, а й новий якісний досвід її сприйняття. Це сприяє зростанню довіри та лояльності аудиторії.

Не менш значущим аспектом діджиталізації є глобалізація медіа. Сучасні цифрові ЗМІ мають можливість охоплювати аудиторію за межами національних кордонів, формуючи транснаціональні інформаційні спільноти. У випадку України це дозволяє створювати діалог з українською діаспорою, міжнародними партнерами та ширшою світовою громадськістю. Водночас це зумовлює потребу адаптації контенту до різних культурних і мовних аудиторій, що є серйозним викликом для редакцій.

Серед ключових факторів, які гальмують процеси діджиталізації в Україні, слід виділити недостатнє фінансування галузі, відсутність комплексної державної стратегії цифрової трансформації ЗМІ, а також брак

висококваліфікованих фахівців у сфері цифрової журналістики. Особливо це стосується регіональних видань, які часто не мають достатніх ресурсів для переходу на мультимедійні формати чи запровадження сучасних інформаційних технологій [1].

Разом із тим, розвиток діджиталізації створює нові можливості для громадянської журналістики. Соціальні мережі, блогосфера, краудсорсинг дозволяють пересічним громадянам виступати авторами, репортерами, коментаторами та розповсюджувачами інформації. Це змінює усталені правила гри у сфері масової комунікації, відкриваючи можливості для плюралізму думок, але водночас породжуючи проблеми верифікації інформації та відповідальності за її зміст.

Управління даними стає невід'ємною складовою сучасної журналістики. Зростання обсягів інформації, яка генерується щоденно, вимагає від редакцій запровадження аналітичних систем, що дозволяють відслідковувати вподобання аудиторії, ефективність контенту, поведінкові патерни споживачів. У цьому контексті актуальними стають такі поняття, як Big Data, Data Journalism, Predictive Analytics, що дозволяють максимально адаптувати контент до потреб конкретних груп користувачів.

На особливу увагу заслуговує проблема етики цифрової журналістики. Використання персональних даних, таргетинг, розповсюдження персоналізованого контенту часто суперечать нормам приватності та створюють ризики маніпуляції аудиторією. Українське медіа-співтовариство, як і міжнародне, знаходиться в пошуку ефективних механізмів саморегуляції, які дозволять поєднати інноваційні можливості діджиталізації з дотриманням прав людини [3].

Аналіз поняття та сутності діджиталізації медіа свідчить про багатогранність і складність цього явища, яке стає домінантною парадигмою розвитку сучасної журналістики. Діджиталізація є не лише технологічною

революцією, але й культурним, економічним і соціальним викликом, що формує нову якість інформаційного простору.

## **1.2. Тенденції розвитку цифрових медіа: конвергенція, мобілізація, персоніфікація, інтерактивність**

Сучасний медіапростір перебуває в стані безперервної еволюції, спричиненої стрімким розвитком цифрових технологій. Тенденції, що формують нові моделі функціонування медіа, стали предметом глибокого вивчення як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Найбільш виразними серед них є конвергенція, мобілізація, персоніфікація та інтерактивність, які виступають ключовими орієнтирами для розуміння трансформаційних процесів у журналістиці XXI століття [4].

Конвергенція, яка є першим етапом діджиталізації, охоплює злиття різних видів медіа у єдиному інформаційному середовищі. Це явище означає синтез тексту, графіки, аудіо та відео на одній платформі. Конвергенція сприяє формуванню мультимедійного контенту, що дозволяє редакціям розширити аудиторію та створити максимально інтегрований інформаційний продукт. В українському контексті прикладами успішної конвергенції є «Суспільне», «Громадське», «ВВС Україна», які активно використовують текст, відео, прямі ефіри та соціальні мережі для комунікації з користувачами.

Паралельно із конвергенцією розвивається мобілізація контенту. Ця тенденція передбачає створення інформаційних продуктів, адаптованих до споживання на мобільних пристроях: смартфонах, планшетах, смарт-годинниках. Статистика демонструє, що понад 70% українців отримують новини саме з мобільних пристроїв, що зумовлює необхідність розробки мобільних версій сайтів, оптимізації швидкості завантаження сторінок, використання push-сповіщень для миттєвого інформування користувачів.

Однією з основних характеристик цифрової журналістики є персоніфікація контенту. В епоху надлишкової інформації (information overload) традиційні методи масового поширення новин втратили ефективність. Сучасні медіа дедалі активніше використовують алгоритми, що аналізують інтереси та поведінку користувачів для надання їм персоналізованого контенту. Ця тенденція дозволяє редакціям підвищити рівень лояльності аудиторії, однак водночас створює загрозу формування «інформаційних бульбашок» [11].

Поява та поширення інтерактивних платформ також докорінно змінює комунікаційні моделі. Аудиторія перестала бути пасивним споживачем інформації. Користувачі дедалі частіше стають співавторами контенту: коментують новини, діляться матеріалами, створюють блоги та навіть виконують функції громадських журналістів. Це призводить до зростання рівня громадянської активності, водночас створюючи виклики щодо забезпечення достовірності та якості контенту.

Однією з актуальних тенденцій розвитку цифрових медіа є поява нативної реклами та брендівих контент-проектів, які органічно інтегруються у журналістські матеріали. У порівнянні з класичною рекламою, така форма дозволяє досягати кращої взаємодії з аудиторією, не порушуючи цілісності інформаційного продукту. Для українських медіа це стало одним із можливих джерел монетизації в умовах економічної нестабільності.

Розвиток технологій віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR) також відкриває нові горизонти для цифрової журналістики. Вони дозволяють створювати інтерактивні історії, у яких аудиторія стає безпосереднім учасником подій. Перші експерименти в Україні вже здійснюють такі медіа, як «Українська правда» та «Суспільне», пропонуючи нові формати залучення аудиторії [12].

Однією з найактуальніших тенденцій є стрімке зростання значення відеоконтенту. Соціальні платформи (YouTube, TikTok, Instagram Reels) активно трансформують інформаційні звички молодих аудиторій. Відео дозволяє швидко донести новину, викликати емоційну реакцію, підвищити рівень залучення користувачів. Українські ЗМІ активно адаптують свої редакційні стратегії до цієї тенденції.

Поширення подкастів також стало важливою складовою діджиталізації медіа. За даними досліджень, кількість слухачів подкастів в Україні стабільно зростає, особливо серед молодшої аудиторії. Подкасти дозволяють медіа будувати тіснішу емоційну взаємодію з аудиторією, створювати контент, орієнтований на нішеві інтереси та поглиблений аналіз тем.

Важливим аспектом сучасної цифрової журналістики є використання Big Data та аналітики для оптимізації контенту. Збір і аналіз даних про поведінку користувачів дає змогу редакціям оперативно реагувати на зміни в інформаційних потребах аудиторії, прогнозувати інтереси та коригувати контент-стратегії [2].

Одночасно із розвитком технологій виникає проблема інформаційної безпеки та приватності даних користувачів. Зокрема, українські медіа, які працюють в умовах гібридної інформаційної війни, змушені враховувати ризики кіберзагроз, захисту персональних даних та відповідати нормам міжнародних регуляторних актів, таких як GDPR.

Сучасні тенденції розвитку цифрових медіа призводять до змін у професійних стандартах журналістики. З'являються нові спеціалізації: data journalism, мультимедійний редактор, motion designer, аналітик аудиторії. Це вимагає від журналістів оволодіння цифровими навичками, знань у сфері SEO, UX/UI, роботи з алгоритмами пошукових систем.

Ще однією важливою тенденцією є поява автоматизованих систем генерації контенту на основі штучного інтелекту (AI). Вони вже

використовуються для створення фінансових звітів, спортивних новин та іншої стандартизованої інформації. Хоча в Україні ця практика ще на етапі формування, вона має значний потенціал для оптимізації рутинної роботи редакцій [10].

Останнім, але не менш важливим аспектом розвитку цифрових медіа є необхідність постійного моніторингу та оцінки тенденцій, що виникають. Висока динаміка цифрового середовища вимагає від медіаорганізацій вміння оперативно адаптуватися до нових технологій, змін у поведінці споживачів та регуляторних вимог. Важливим інструментом такого аналізу є порівняльна таблиця основних глобальних та українських тенденцій розвитку цифрових медіа, що дозволяє побачити як спільні риси, так і національні особливості цього процесу.

Таблиця 1.2 Основні глобальні та українські тенденції розвитку цифрових медіа

№	Глобальні тенденції	Українські особливості
1	Конвергенція медіа	Активна інтеграція тексту, відео, аудіо в рамках проєктів «Суспільне», «Громадське»
2	Мобілізація контенту	Понад 70% споживання контенту через мобільні пристрої
3	Персоніфікація	Використання алгоритмів персонального підбору новин провідними онлайн-ЗМІ
4	Інтерактивність	Високий рівень залученості аудиторії, активна участь громадян у створенні контенту
5	Розвиток відеоконтенту	Популярність YouTube, TikTok серед української молоді
6	Поширення подкастів	Зростання кількості слухачів, розвиток власних подкаст-платформ
7	Data journalism	Перші спроби інтеграції data journalism у практику українських ЗМІ
8	Використання AI	Початкова стадія використання автоматичних систем генерації новин
9	Кібербезпека	Особливий акцент на захист персональних даних

№	Глобальні тенденції	Українські особливості
		через гібридні загрози
10	Глобалізація	Формування зв'язків із закордонною аудиторією, зокрема українською діаспорою

У підсумку аналіз тенденцій дозволяє констатувати, що українські цифрові медіа активно інтегруються в глобальний інформаційний простір, але мають свої характерні риси, зумовлені політичними, економічними, культурними та соціальними особливостями. Попри всі виклики, вони демонструють високу адаптивність та здатність до інновацій. Ці процеси створюють передумови для подальшого розвитку медіа в Україні відповідно до світових стандартів та практик.

Цифрова епоха вимагає від редакцій не лише створення якісного контенту, але й здатності оперативно реагувати на технологічні інновації. Це включає освоєння нових каналів комунікації, побудову ефективної стратегії роботи в соціальних мережах, інтеграцію аналітики, вивчення досвіду найкращих міжнародних практик. Лише за таких умов українські медіа зможуть залишатися конкурентоспроможними та відповідати зростаючим очікуванням аудиторії [15].

### **1.3. Технології та інструменти діджиталізації медіапростору**

Діджиталізація медіапростору є багатокомпонентним і багаторівневим процесом, який потребує використання великої кількості різноманітних технологій та інструментів. Розуміння специфіки та функціональних можливостей цих інструментів дозволяє не лише створювати сучасні інформаційні продукти, а й забезпечувати ефективне управління контентом, аналітику, монетизацію та інтеграцію з аудиторією. У цьому контексті українські медіа активно інтегрують найкращі світові практики та технологічні рішення, адаптуючи їх до власних реалій.

Першою і основною категорією технологій є системи управління контентом (Content Management Systems – CMS). Такі системи дозволяють редакціям ефективно керувати створенням, редагуванням та публікацією матеріалів на веб-платформах. Найпоширенішими CMS є WordPress, Joomla, Drupal, які використовують як великі медіа, так і невеликі незалежні редакції. В Україні WordPress займає провідну позицію серед CMS завдяки своїй гнучкості, простоті використання та широким можливостям інтеграції [5].

Другим важливим елементом є сервіси аналітики та моніторингу. Google Analytics, Chartbeat, SimilarWeb, Hotjar дозволяють редакціям відслідковувати поведінку користувачів, аналізувати ефективність контенту, виявляти найпопулярніші матеріали, визначати джерела трафіку. Дані аналітики допомагають приймати рішення щодо оптимізації тематики, формату та часу публікацій, що сприяє максимальному залученню аудиторії.

Не менш важливими є інструменти пошукової оптимізації (SEO). Вони дозволяють підвищити видимість контенту у пошукових системах, таких як Google, що забезпечує додатковий органічний трафік. Використання ключових слів, метатегів, оптимізація швидкості завантаження сторінок, адаптація контенту для мобільних пристроїв стали стандартом роботи редакцій, які прагнуть збільшити свою присутність в Інтернеті.

Широке застосування в українських медіа знайшли інструменти автоматизації та планування публікацій у соціальних мережах. Програми Buffer, Hootsuite, Later дозволяють редакціям заздалегідь планувати публікації, відстежувати реакції аудиторії, проводити аналітику залученості та ефективності контенту. Ці сервіси дають змогу економити ресурси та забезпечувати стабільну комунікацію з аудиторією у реальному часі [9].

Новітні інструменти штучного інтелекту (AI) та машинного навчання (Machine Learning) також поступово інтегруються в медіа-процеси. У світовій практиці вони використовуються для автоматичної генерації новин

(наприклад, фінансових або спортивних звітів), автоматичного підбору фотографій до матеріалів, транскрибування аудіо- та відеоінтерв'ю. В Україні ці технології ще не отримали широкого поширення, але перші спроби їх інтеграції здійснюють окремі великі редакції.

Інструменти візуалізації даних стають дедалі популярнішими серед медіа, які прагнуть створювати аналітичний, зрозумілий та інтерактивний контент. Онлайн-платформи Datawrapper, Infogram, Tableau дозволяють створювати графіки, діаграми, карти, що допомагає візуально унаочнити складні статистичні та соціологічні дані. В Україні такі формати використовуються «Громадським», «ВВС Україна», «Текстами» та іншими медіа.

Унікальне місце в екосистемі цифрових медіа займають платформи стримінгових трансляцій. YouTube Live, Facebook Live, Twitch дозволяють медіа здійснювати прямі трансляції подій, новин, інтерв'ю, що значно підвищує рівень залучення аудиторії. Особливо популярним цей формат став під час пандемії COVID-19, коли більшість заходів перемістилися в онлайн-простір [26].

Велику роль у діджиталізації медіа відіграють сервіси збереження та обробки великих обсягів інформації, зокрема хмарні технології (cloud computing). Використання сервісів Google Drive, Dropbox, Microsoft OneDrive дозволяє журналістам працювати з контентом дистанційно, забезпечує командну роботу над проєктами, зменшує витрати на технічну інфраструктуру редакцій.

Серед інструментів, що допомагають у створенні мультимедійного контенту, слід виділити програми Adobe Creative Cloud (Photoshop, Premiere Pro, After Effects) та Canva. Вони дозволяють створювати професійні візуальні матеріали, відео, інфографіку, презентації, що значно підвищує

якість та конкурентоспроможність контенту в умовах насиченого інформаційного середовища.

Значущу роль в інтеграції технологій у редакційні процеси відіграє впровадження систем управління проектами (project management). Програми Trello, Asana, Monday.com допомагають ефективно організувати роботу редакцій, відстежувати виконання завдань, координувати комунікацію між членами команд [13].

Не можна не згадати й про інструменти захисту даних і комунікаційної безпеки, особливо актуальні в умовах інформаційної війни в Україні. Використання VPN-сервісів, програм для шифрування (Signal, ProtonMail), двофакторної автентифікації дозволяє забезпечити безпеку журналістів та захистити конфіденційні джерела інформації.

Важливим аспектом є інтеграція інструментів автоматичного перекладу та субтитрування, що дозволяє адаптувати контент для різних мовних аудиторій. Найбільш популярними є сервіси Google Translate, DeepL, Amara. В українському медіапросторі такі технології використовуються для розширення географії охоплення контенту, зокрема в проектах, що мають міжнародну аудиторію [7].

Для систематизації інформації про найбільш популярні технології та інструменти діджиталізації в медіа доцільно представити їх узагальнену класифікацію у вигляді таблиці. Це дозволяє краще усвідомити різноплановість і багатофункціональність інструментів, що використовуються сучасними редакціями. У табличній формі представлено приклади технологій, їх призначення та приклади використання в українському медіапросторі.

Таблиця 1.3 Класифікація основних технологій та інструментів діджиталізації медіа

№	Категорія технологій	Приклади	Призначення	Приклади в Україні
1	Системи управління контентом (CMS)	WordPress, Joomla, Drupal	Створення та адміністрування вебсайтів	«Громадське», регіональні онлайн-ЗМІ
2	Аналітика та моніторинг	Google Analytics, Chartbeat	Аналіз поведінки аудиторії, ефективності контенту	«BBC Україна», «Суспільне»
3	Пошукова оптимізація (SEO)	Google Search Console, Ahrefs	Підвищення видимості сайту в пошукових системах	Провідні онлайн-ЗМІ України
4	Соціальні медіа та SMM-менеджмент	Buffer, Hootsuite, Later	Планування, моніторинг аналітика публікацій	«Українська правда», нішеві медіа
5	Інструменти візуалізації даних	Datawrapper, Infogram, Tableau	Створення інтерактивної інфографіки та діаграм	«Тексти», «Громадське»
6	Мультимедійний контент	Adobe Photoshop, Premiere Pro, Canva	Створення графіки, відео, презентацій	Практично всі провідні ЗМІ
7	Стрімінгові сервіси	YouTube Live, Facebook Live	Прямі трансляції подій	«Громадське», «Суспільне»
8	Хмарні сервіси	Google Drive, Dropbox, OneDrive	Збереження, спільна робота над контентом	Більшість редакцій
9	Захист даних та конфіденційність	VPN, Signal, ProtonMail	Безпека журналістів, шифрування даних	Використання в умовах війни
10	Автоматичні перекладачі	Google Translate, DeepL	Переклад контенту для міжнародних аудиторій	Деякі проекти міжнародних редакцій

Таким чином, сучасні медіа активно комбінують різні технології, прагнучи досягти максимальної ефективності у створенні та поширенні

інформаційного продукту. Комплексне застосування перелічених інструментів дозволяє редакціям ефективно відповідати на виклики динамічного інформаційного середовища, посилювати конкурентні переваги, розширювати аудиторію та підвищувати якість контенту.

Завершуючи характеристику технологій та інструментів діджиталізації медіапростору, необхідно відзначити їхню ключову роль у формуванні нової моделі медіавиробництва. Від ефективного вибору та інтеграції інструментів значною мірою залежить стабільність, гнучкість і конкурентоспроможність сучасних редакцій. Технології стають основою для побудови інноваційних моделей комунікації, розвитку бізнесу, підвищення рівня взаємодії з аудиторією та забезпечення сталого розвитку медіа в умовах цифрової трансформації [16].

## **2 ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ МЕДІАПРОСТОРУ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ**

### **2.1. Аналіз українського медіаландшафту: традиційні та цифрові медіа**

Український медіапростір є унікальним прикладом поєднання елементів пострадянської моделі медіа, глобальних тенденцій діджиталізації та локальних національних особливостей. Він пережив стрімкі трансформації, особливо після 2014 року, коли російська агресія та гібридна інформаційна війна кардинально змінили інформаційне середовище країни. На сьогодні український медіаландшафт характеризується співіснуванням традиційних медіа (друкованих ЗМІ, радіо, телебачення) та динамічно зростаючого сегменту цифрових медіа.

Традиційні засоби масової інформації в Україні залишаються важливою складовою медіапростору, хоча їхній вплив поступово

зменшується. Друкована преса, яка раніше була основним джерелом новин, втрачає позиції через зниження тиражів та зростання витрат на друк і дистрибуцію. Провідні видання, такі як «Дзеркало тижня», «Україна молода», «Голос України», були змушені частково або повністю перейти в онлайн-формати.

Телебачення, як один з основних каналів інформування населення, також зазнає трансформацій. Попри те, що воно залишається наймасовішим джерелом інформації для старшої аудиторії, молодь дедалі частіше надає перевагу цифровим платформам. Провідними телеканалами в Україні є «1+1», «ICTV», «СТБ», «Україна 24», які паралельно з телевізійним мовленням активно розвивають свої онлайн-ресурси та YouTube-канали [20].

Радіо залишається нішовим форматом, який зберігає стабільну аудиторію завдяки інформаційно-розважальному контенту. Такі станції, як «Радіо НВ», «Хіт FM», «Lux FM», адаптувалися до нових реалій, запустивши онлайн-версії та мобільні додатки, що дозволяють слухати ефір через Інтернет.

Цифрові медіа в Україні зростають неймовірними темпами, формуючи новий інформаційний ландшафт. Найбільшими українськими онлайн-виданнями є «Українська правда», «Ліга.net», «24 канал», «Цензор.net», «Еспресо», «Громадське». Вони активно використовують інтеграцію тексту, фото, відео, інфографіки, інтерактивних карт та соціальних мереж для підвищення залученості аудиторії [14].

Значного впливу на формування цифрового медіапростору набули нові форми журналістики, зокрема громадянська журналістика. Блогери, YouTube-канали, авторські Telegram-канали стали альтернативним джерелом новин, особливо у кризові періоди. Найпопулярніші серед них мають аудиторії, що сягають сотень тисяч або навіть мільйонів підписників, наприклад, «Труха», «Київ Оперативний».

Серед важливих елементів цифрового медіапростору є використання соціальних мереж. Facebook, Instagram, Telegram, TikTok, Twitter стали основними каналами розповсюдження новин та комунікації з аудиторією. За дослідженнями Інституту масової інформації (2024), понад 80% українців споживають новини через соціальні мережі, що докорінно змінює взаємовідносини між ЗМІ та споживачами.

Українські медіа активно впроваджують мультимедійні формати. Наприклад, «Громадське» стало піонером у створенні інтерактивних спецпроектів, що поєднують текстові, фото- та відеоматеріали, а також аналітику й інтерактивні карти. Цей підхід дозволяє значно глибше та цікавіше подати складну соціально-політичну інформацію.

Не можна оминати увагою зростання впливу подкастів. Зокрема, в Україні популярності набувають проекти «Radio NV Podcast», «Дій Радио», «Українська правда: подкасти». Цей формат особливо цінується за можливість слухати контент у будь-який зручний час, що відповідає вимогам сучасного ритму життя [25].

Сучасні українські цифрові медіа активно впроваджують технології data journalism. Прикладами є аналітичні платформи «Тексти.org.ua», «Слово і Діло», які спеціалізуються на зборі, аналізі та візуалізації даних. Такі інструменти дозволяють розширити можливості журналістських розслідувань, зробити інформацію зрозумілою і доступною для широкої аудиторії.

Паралельно з розвитком цифрових медіа існує проблема концентрації власності та впливу олігархів. Більшість великих телеканалів і частина великих онлайн-видань належать фінансово-промисловим групам, що ставить під сумнів їхню редакційну незалежність. Однак в останні роки в Україні з'явилося багато незалежних нішевих медіа, які успішно функціонують за рахунок грантової підтримки та краудфандингу.

Дуже важливо зазначити, що процес діджиталізації українського медіапростору відбувається на тлі постійних загроз інформаційної безпеки. Фейки, маніпуляції, інформаційні атаки з боку Росії стали постійним викликом для українських ЗМІ. Відтак провідні редакції запровадили відділи фактчекінгу (наприклад, StopFake, VoxCheck), які займаються перевіркою достовірності інформації [19].

Ще однією характерною рисою українського медіаландшафту є активне впровадження краудсорсингових практик, які дозволяють залучати аудиторію до створення контенту. Такі приклади спостерігаються в діяльності громадських ініціатив, місцевих онлайн-видань і незалежних журналістських проєктів, що функціонують завдяки фінансовій підтримці читачів та спільноти. Платформи типу Patreon, Buy Me a Coffee активно використовуються українськими журналістами та редакціями для монетизації власної діяльності.

Цифровізація українських ЗМІ значно активізувалася під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році. Саме в цей період соціальні мережі, Telegram-канали, YouTube стали основними джерелами оперативної інформації для населення. Громадяни все частіше зверталися до альтернативних джерел, адже традиційні ЗМІ не завжди мали змогу так оперативно реагувати на події через формальні обмеження редакційної політики [17].

Серед прикладів успішних цифрових медіа в Україні виділяються не лише великі національні бренди, а й регіональні проєкти, які демонструють високу якість контенту. Наприклад, видання «ШоТам?», «Забор», «НикВести», «Варто – Галицькі новини» стали взірцями локальної журналістики, що поєднує сучасні цифрові інструменти та глибоке розуміння місцевих проблем.

Водночас варто наголосити на проблемах, з якими стикаються українські медіа в цифровій сфері. Це і брак фінансування, і недостатній рівень цифрових компетенцій у регіональних редакціях, і слабка правова база, що регулює діяльність онлайн-ЗМІ. Багато редакцій змушені працювати в умовах значного кадрового дефіциту, що додатково ускладнює процес діджиталізації.

Важливим напрямом трансформації медіа в Україні є впровадження нових форматів взаємодії з аудиторією. Наприклад, формати live-блогів, інтерактивних онлайн-стрімів, голосувань, чат-ботів на платформах Viber та Telegram. Ці інструменти дозволяють редакціям забезпечувати зворотний зв'язок із читачами та залучати їх до інформаційного процесу.

Позитивним є той факт, що українські медіа поступово опановують стандарти прозорості та етики в онлайн-журналістиці. Все більше редакцій публікують політики щодо захисту персональних даних, використання cookies, розміщення реклами. Це свідчить про поступове наближення до європейських практик цифрової відповідальності.

Важливою складовою діджиталізації українського медіапростору стала поява та поширення інтерактивних спецпроектів. Прикладом можуть слугувати журналістські розслідування, які супроводжуються візуалізацією даних, інтерактивними картами, мультимедійними історіями. Такі формати активно використовуються, зокрема, «Слідство.Інфо», Bihus.Info, «Тексти.org.ua» [30].

Український медіаринок поступово набуває рис медіаконвергентності. Редакції дедалі частіше поєднують текстові, візуальні, аудіо- та відеоформати в межах одного інформаційного продукту. Це дозволяє значно розширити аудиторію та запропонувати користувачам більш різноманітний і зручний формат споживання контенту.

Можна стверджувати, що український медіаландшафт знаходиться в процесі активної цифрової трансформації, що супроводжується як серйозними викликами, так і новими можливостями. Традиційні ЗМІ поступово інтегрують цифрові технології, водночас з'являються нові незалежні онлайн-проекти, які формують нову якість журналістики. Цей процес є незворотним і, безперечно, потребує подальших наукових досліджень та підтримки з боку держави і міжнародних партнерів [18].

## **2.2. Вплив діджиталізації на споживання медіаконтенту в Україні**

Діджиталізація як глобальний процес докорінно трансформувала способи створення, розповсюдження та споживання медіаконтенту в Україні. Перехід від традиційних медіа до цифрових платформ суттєво змінив поведінкові моделі аудиторії, зокрема її інформаційні потреби, звички, довіру до джерел та взаємодію із контентом. Аналіз цього явища дозволяє виявити ключові тренди, проблеми та виклики, які стоять перед українським медіасектором.

Однією з найважливіших тенденцій є стрімке зростання споживання інформації через мобільні пристрої. За даними досліджень компаній Kantar та Factum Group (2024), понад 80% українців щодня отримують новини через смартфони. Це призвело до появи так званої "mobile-first" стратегії у діяльності українських медіа, яка передбачає адаптацію контенту для мобільних форматів, спрощення навігації та оптимізацію графіки.

Іншою характерною особливістю є мультиекранність. Сучасні споживачі паралельно користуються кількома пристроями: телевізором, ноутбуком, планшетом, смартфоном. Такий підхід формує нову модель споживання, коли користувач одночасно дивиться трансляцію на екрані та стежить за коментарями в соціальних мережах або шукає додаткову інформацію в Інтернеті [21].

Діджиталізація також призвела до фрагментації аудиторії. Якщо раніше масові медіа формували уніфікований інформаційний простір, то зараз кожна група споживачів має можливість створювати свій власний інформаційний потік, підписуючись лише на ті джерела, які відповідають її інтересам. Це призвело до появи численних нішевих ЗМІ, блогерів, тематичних Telegram-каналів.

Важливим аспектом стала персоналізація контенту. Алгоритми соціальних мереж та новинних додатків аналізують поведінку користувача та пропонують йому новини, які відповідають його попереднім вподобанням. З одного боку, це забезпечує високий рівень залученості, з іншого – формує так звані «інформаційні бульбашки», коли користувачі практично не стикаються з альтернативними точками зору.

Українська аудиторія демонструє високу активність у соціальних мережах як основному джерелі новин. За дослідженням Інституту масової інформації (2024), 78% користувачів вказали Facebook як джерело актуальних подій, 64% – Telegram, 55% – Instagram, тоді як традиційні ЗМІ поступово втрачають домінуючі позиції серед молодіжної аудиторії [23].

Важливим явищем стало зростання ролі месенджерів як платформ для отримання новин. Telegram став основною платформою для оперативного інформування в умовах війни, оскільки дозволяє швидко поширювати інформацію, обходячи цензурні обмеження та блокування. Найпопулярніші канали налічують сотні тисяч, а подекуди й мільйони підписників.

У контексті діджиталізації суттєво змінилися вимоги до швидкості подачі інформації. Якщо раніше традиційна журналістика дозволяла собі час на ретельну перевірку фактів, то сучасний ритм диктує миттєве реагування. Це призвело до виникнення феномену «breaking news» та значного зростання кількості помилок, неточностей, що, своєю чергою, стимулювало розвиток фактчекінгових платформ.

Ще одним важливим наслідком є зниження рівня довіри до офіційних джерел та медіа загалом. Дослідження USAID та Internews (2023) показують, що лише 43% українців повністю довіряють новинам, отриманим із національних телеканалів. Водночас довіра до локальних онлайн-видань та блогерів часто є вищою, що свідчить про зміну парадигми авторитетності.

Діджиталізація також сприяла появі нових форматів контенту: інтерактивних спецпроектів, інфографік, подкастів, відеоблогів. Наприклад, «Громадське», «Слідство.Інфо» та Bihus.Info активно використовують інтегровані мультимедійні підходи, що дозволяє краще адаптувати інформацію під потреби аудиторії та підвищити залученість [22].

Значна частина українських споживачів переходить від пасивного споживання інформації до активної взаємодії. Аудиторія бере участь в обговореннях, поширює новини, створює власний контент. Це формує явище «громадянської журналістики», яке дедалі частіше виступає альтернативою традиційним медіа.

Діджиталізація також створила умови для зростання впливу візуальних платформ, таких як TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts. Ці формати, орієнтовані на короткі відео, особливо популярні серед молодіжної аудиторії. За даними досліджень, понад 60% українців віком до 25 років регулярно споживають інформацію через відеоплатформи.

Водночас цифрова трансформація поставила перед медіа нові виклики щодо захисту персональних даних користувачів та боротьби з кіберзлочинністю. Українські редакції змушені активно запроваджувати політики конфіденційності, шифрування, багаторівневу автентифікацію для забезпечення безпеки своїх платформ.

Діджиталізація в Україні також сприяла значному зростанню популярності подкастів. Цей формат інформаційного продукту набув особливої актуальності серед мобільної аудиторії, яка цінує можливість

слухати аналітику, новини або інтерв'ю під час виконання повсякденних справ. Найбільш популярними в Україні є проекти «Radio NV Podcast», «Дій Радио», «Подкасти Української правди». Подкасти дозволяють розширити тематику інформаційних продуктів, створити тісніший зв'язок з аудиторією та сформуванню лояльні спільноти слухачів.

Одним із наслідків переходу до цифрових платформ стала зміна економічних моделей медіа. Якщо раніше основним джерелом доходів традиційних ЗМІ була реклама, то нині медіа активно шукають альтернативні джерела монетизації: моделі підписки, краудфандинг, партнерські програми, спонсорські проекти. Багато незалежних українських онлайн-видань (наприклад, «Українська правда», «The Village Україна», «Hromadske») впровадили програми добровільної підтримки з боку читачів [35].

Ще однією важливою тенденцією є поява в Україні нових журналістських спеціалізацій, пов'язаних з цифровими технологіями. Серед них: аналітики даних, мультимедійні редактори, SEO-спеціалісти, соціальні медіа-менеджери, відеографи, які створюють візуальний контент для Instagram, TikTok, YouTube. Це дозволяє редакціям формувати цілі команди, які спеціалізуються на виробництві контенту для різних платформ.

Слід також зазначити, що діджиталізація сприяла посиленню інтерактивності у відносинах між медіа та їх аудиторією. Окрім класичних коментарів і лайків, українські медіа все частіше використовують голосування, опитування, інтерактивні карти, віртуальні форуми. Це дозволяє споживачам відчувати свою причетність до формування інформаційного порядку денного.

Не менш важливим є аспект медіаграмотності. Масове споживання цифрового контенту та поширення фейкових новин стимулювали активне впровадження програм з підвищення інформаційної гігієни серед населення. Такі ініціативи реалізуються в Україні як державними структурами

(Міністерство освіти і науки), так і громадськими організаціями (Інститут масової інформації, StopFake, VoxCheck) [27].

Варто наголосити, що діджиталізація медіапростору в Україні стала не лише викликом, а й значною можливістю для створення якіснішого, оперативнішого, доступнішого та більш інтерактивного медіасередовища. Перехід до цифрових форматів дозволив медіа розширити свою аудиторію, налагодити діалог із читачами, впровадити інноваційні форми журналістики та стати важливими учасниками демократичних процесів у суспільстві.

### **2.3. Використання соціальних мереж у вітчизняному медіапросторі: переваги та недоліки**

Соціальні мережі стали ключовим елементом сучасного українського медіапростору. Вони змінили моделі споживання інформації, характер комунікації між медіа та аудиторією, надали можливість кожному користувачу стати учасником інформаційного процесу. За даними досліджень Інституту масової інформації (2024), понад 80% українців споживають новини через соціальні мережі, що перетворює ці платформи на основне джерело інформації.

Основною перевагою використання соціальних мереж є оперативність поширення інформації. Журналісти та редакції можуть миттєво реагувати на події, транслювати новини у реальному часі, коментувати ситуації та висвітлювати їх без значних часових витрат, які притаманні традиційним ЗМІ. Це забезпечує високу конкурентоспроможність цифрових медіа [29].

Важливою позитивною рисою є інтерактивність. Аудиторія більше не є пасивним споживачем контенту, а стає його активним співтворцем. Соціальні мережі дозволяють користувачам коментувати, поширювати, ставити вподобання, брати участь в опитуваннях, що створює ефект «живої дискусії» навколо актуальних тем і стимулює залученість.

Ще однією суттєвою перевагою є персоналізація контенту. Алгоритми соціальних платформ аналізують вподобання користувачів і пропонують їм новини, які максимально відповідають їхнім інтересам. Це дозволяє редакціям досягати більшого охоплення та підвищувати рівень лояльності аудиторії, зокрема серед молодіжних груп.

Соціальні мережі значно розширили можливості для незалежної журналістики. Багато незалежних українських медіа та блогерів отримали змогу формувати свою аудиторію без необхідності співпраці з великими медіахолдингами. Прикладами успішних незалежних медіапроектів є канали «Труха», «Київ Оперативний», Telegram-канали регіональних журналістів, які досягають сотень тисяч підписників [37].

Проте використання соціальних мереж у вітчизняному медіапросторі має і свої суттєві недоліки. Однією з основних проблем є поширення фейкових новин та дезінформації. Через відсутність попередньої редакторської перевірки, будь-який користувач може опублікувати недостовірну або маніпулятивну інформацію, що ускладнює споживачам пошук правди.

Іншою загрозою є інформаційні атаки та кіберкампанії. Україна стала об'єктом масових інформаційних операцій з боку Російської Федерації. Соціальні мережі активно використовуються для поширення пропаганди, дискредитації державних інституцій та маніпуляції громадською думкою. Це вимагає від медіа постійного посилення систем верифікації та фактчекінгу.

Ще однією проблемою є формування «інформаційних бульбашок». Користувачі, отримуючи інформацію, що співпадає з їхніми упередженнями, дедалі рідше стикаються з альтернативними точками зору. Це призводить до поляризації суспільства та ускладнює публічну дискусію в демократичному середовищі.

Соціальні мережі також створюють виклики в аспекті приватності даних. Користувачі часто не усвідомлюють, що їхня поведінка та вподобання активно відстежуються і використовуються для таргетованої реклами або інших комерційних цілей. Це створює ризики для конфіденційності особистих даних.

Економічна модель функціонування соціальних мереж також має двоякий ефект для медіа. З одного боку, вони дозволяють безкоштовно досягати великої аудиторії. З іншого боку, алгоритми Facebook, Instagram або TikTok вимагають від медіа постійного виробництва контенту та фінансових вкладень у рекламу для збереження охоплення.

Ще одним недоліком є низька регуляторна база в Україні щодо правового статусу контенту в соціальних мережах. Відсутність чітких механізмів боротьби з фейками, маніпуляціями, кібербулінгом ставить під загрозу безпеку журналістів та пересічних користувачів. Вирішення цих проблем потребує активної співпраці державних органів, медіа та самих соціальних платформ [28].

Позитивним аспектом є те, що в Україні активно розвиваються ініціативи з медіаграмотності. Освітні програми, тренінги, онлайн-курси, створені за участю Міністерства освіти і науки, Інституту масової інформації, StopFake та VoxCheck, навчають населення критично сприймати інформацію, розпізнавати фейки та безпечно користуватися соціальними мережами.

Особливе місце в структурі використання соціальних мереж займає розподіл платформ за віковими, регіональними та соціальними групами української аудиторії. В Україні, згідно з даними Factum Group (2024), найбільш популярною платформою серед старшої аудиторії (35+) залишається Facebook, тоді як молодь (15–30 років) активно переходить у TikTok, Instagram та YouTube. Telegram, своєю чергою, став основним джерелом оперативної інформації серед усіх вікових груп.

Для візуалізації основних переваг та недоліків використання соціальних мереж у вітчизняному медіапросторі доцільно представити узагальнену таблицю:

Таблиця 2.3 Переваги та недоліки використання соціальних мереж українськими медіа

Переваги	Недоліки
Оперативність поширення інформації	Поширення фейкових новин
Інтерактивність та залучення аудиторії	Інформаційні атаки та кіберкампанії
Персоналізація контенту	Формування «інформаційних бульбашок»
Розширення можливостей для незалежної журналістики	Ризики втрати конфіденційності даних
Можливість безкоштовного охоплення широкої аудиторії	Вимога постійного виробництва контенту
Створення умов для громадянської активності	Відсутність чіткої регуляторної бази

Таким чином, аналіз використання соціальних мереж українськими ЗМІ демонструє амбівалентний характер цього явища. З одного боку, соціальні медіа створюють унікальні можливості для розвитку незалежної журналістики, громадянської активності, прямої комунікації з аудиторією. З іншого боку, вони породжують нові виклики: поширення дезінформації, зниження якості контенту, маніпуляції, кіберзлочинність [31].

Важливо зазначити, що ефективне використання потенціалу соціальних мереж можливе лише за умови посилення відповідальності як самих медіа, так і платформ, запровадження інструментів саморегуляції, підвищення рівня цифрової грамотності серед населення та вдосконалення законодавчого регулювання.

### **3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ**

### **3.1. Виклики діджиталізації: аналіз ризиків та загроз**

Діджиталізація медіапростору в Україні відкрила перед галуззю безліч можливостей, водночас поставивши її перед низкою серйозних викликів. Сучасні українські ЗМІ змушені адаптуватися до нових реалій, які потребують не лише технічного переозброєння, але й оновлення етичних, правових та організаційних стандартів. Глибокий аналіз ризиків і загроз, пов'язаних із діджиталізацією, дозволяє зрозуміти особливості нинішнього етапу трансформації українського медіапростору.

Одним із головних викликів стала інформаційна безпека. Повномасштабна війна, яка триває в Україні, супроводжується потужною інформаційною агресією. Російська Федерація активно використовує цифрові платформи для поширення фейкових новин, маніпуляцій, дискредитації українських державних інституцій та впливу на громадську думку. Кібератаки на сайти українських медіа стали вже системним явищем [39].

Поширення фейкових новин і дезінформації є ще однією з ключових загроз діджиталізованого медіапростору. Завдяки соціальним мережам, месенджерам та анонімним платформам фейковий контент поширюється миттєво, набуваючи статусу «вірусного». Для українських медіа боротьба з фейками стала щоденним завданням, яке вимагає впровадження інноваційних підходів до фактчекінгу.

Значним викликом також є зниження рівня довіри аудиторії до традиційних та нових ЗМІ. Поява великої кількості альтернативних, але не завжди професійних джерел інформації призводить до ерозії авторитету класичних медіа. Це сприяє подальшій поляризації аудиторії, формуванню так званих інформаційних бульбашок та ехо-камер.

Одним із серйозних наслідків діджиталізації є криза бізнес-моделі традиційних медіа. Перехід до цифрових платформ, падіння доходів від друкованих видань, зменшення обсягів класичної реклами змусили редакції

шукати нові джерела монетизації: моделі передплати, донати, гранти, спонсорські проєкти. Однак поки що ці джерела не завжди забезпечують стабільність [40].

Зростання потоку інформації спричинило проблему інформаційного перевантаження (information overload). Користувачі щодня споживають десятки, а іноді й сотні повідомлень, що призводить до втоми від новин, втрати інтересу до серйозної аналітики та зростання попиту на розважальний контент.

Значна проблема пов'язана також із недостатнім рівнем цифрової грамотності населення. Частина користувачів не має достатніх знань для критичного аналізу інформації, що сприяє поширенню фейків та пропаганди. Станом на 2024 рік, згідно з дослідженнями Міністерства цифрової трансформації України, понад 30% населення потребують додаткової освіти в цій сфері [32].

Діджиталізація призвела до загострення питання етичних стандартів. Наприклад, автоматизовані системи генерації контенту на основі штучного інтелекту (AI) ще не мають чітко визначених етичних рамок. Виникає питання авторства, відповідальності, достовірності та балансу думок у таких матеріалах.

Юридичні виклики діджиталізації також залишаються актуальними. Українське законодавство ще не в повній мірі адаптоване до нових форматів журналістики: блогінгу, подкастів, стрімів, контенту на платформах YouTube, TikTok, Telegram. Відсутність нормативних актів щодо статусу таких форм комунікації створює правову невизначеність.

Важливим аспектом є збереження приватності даних. Соціальні мережі та платформи активно збирають особисті дані користувачів, що створює серйозні ризики витоку інформації, несанкціонованого доступу та комерційного використання персональних даних без згоди користувача.

Проблема кіберзлочинності стала серйозною загрозою для медіасфери. Атаки на сайти, викрадення акаунтів, блокування ресурсів, розсилання шкідливих програм та вірусів стають все частішими. Зокрема, під час війни кількість кібератак на українські ЗМІ та державні інформаційні ресурси зросла в рази.

Негативним аспектом діджиталізації є проблема концентрації власності в медіа. Велика частина впливових онлайн-ресурсів контролюється великими бізнес-групами, що може сприяти формуванню редакційної політики в інтересах окремих олігархічних структур, а не суспільства.

Ще одним викликом стало питання психологічного здоров'я журналістів. Постійна робота в режимі «breaking news», надмірний стрес, інформаційне перевантаження, постійна присутність у соціальних мережах призводять до емоційного вигорання та професійної деформації співробітників редакцій.

Окрім суто професійних та етичних проблем, діджиталізація також створює серйозні соціальні виклики. Це стосується, передусім, регіонального цифрового розриву в Україні. У великих містах рівень доступу до цифрових ресурсів та швидкісного Інтернету значно вищий, ніж у сільській місцевості. Це формує нерівний доступ громадян до інформації, знижуючи ефективність інформування значної частини населення та посилюючи регіональні інформаційні диспропорції [41].

Ще однією проблемою, яка супроводжує цифрову трансформацію медіа, є надмірна залежність редакцій від глобальних цифрових платформ (Google, Meta, TikTok тощо). Українські ЗМІ змушені враховувати алгоритми, політики монетизації, правила модерації та реклами, що визначають поведінку аудиторії та ставлять редакції в залежне становище.

Для наочного представлення основних ризиків і загроз, з якими стикаються українські медіа в умовах діджиталізації, доцільно подати узагальнену таблицю:

Таблиця 3.1 Основні виклики та загрози діджиталізації медіапростору України

Основні виклики	Загрози
Інформаційна безпека	Інформаційні атаки та кіберзлочинність
Поширення дезінформації	Фейки, маніпуляції
Зниження довіри до ЗМІ	Формування інформаційних бульбашок
Криза бізнес-моделі ЗМІ	Зниження доходів, залежність від донатів
Інформаційне перевантаження	Втома від новин, зниження інтересу
Низький рівень цифрової грамотності	Поширення фейків, пропаганди
Етичні виклики	Відсутність стандартів для AI-контенту
Юридична невизначеність	Відсутність регламентації нових форматів
Ризики приватності	Витік даних, несанкціонований доступ
Концентрація медіавласності	Вплив олігархічних структур
Психологічне виснаження журналістів	Емоційне вигорання, стрес
Регіональний цифровий розрив	Нерівний доступ до інформації
Залежність від глобальних платформ	Алгоритмічні обмеження, модерація

### 3.2. Перспективи розвитку та державне регулювання цифрових медіа

Цифрові медіа в Україні демонструють стабільну динаміку розвитку, що свідчить про незворотність процесів діджиталізації. Перехід від традиційних засобів масової інформації до цифрових платформ став необхідною умовою адаптації українського медіаринку до світових тенденцій. Однак для забезпечення сталого розвитку цифрових медіа

необхідно враховувати перспективи як технологічного, так і нормативно-правового характеру.

Однією з ключових перспектив розвитку є подальше розширення мультимедійних форматів. Споживачі все більше орієнтуються на відеоконтент, подкасти, інтерактивні історії, що вимагає від редакцій вивчення нових технологій і трансформації контенту відповідно до вимог сучасної аудиторії. Впровадження штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності стане одним із провідних трендів наступного десятиліття [33].

Широке використання Big Data та аналітичних платформ дозволяє медіа краще розуміти потреби своїх аудиторій. Збирання, обробка та аналіз великих масивів даних дадуть змогу створювати персоналізовані інформаційні продукти, адаптовані до конкретних груп споживачів. Це сприятиме підвищенню рівня залученості аудиторії та збільшенню монетизаційних можливостей медіа.

Розвиток мобільної журналістики (mobile journalism) також є важливою перспективою для українського медіапростору. З огляду на популярність смартфонів як основного пристрою споживання новин, журналісти все активніше використовують мобільні додатки для збору, монтажу та публікації контенту в режимі реального часу.

Окрему увагу слід приділити питанням державного регулювання цифрових медіа. Наразі в Україні відсутній єдиний комплексний закон, який би регламентував діяльність онлайн-ЗМІ, блогерів, стрімінгових платформ, подкастів тощо. Ця прогалина створює правову невизначеність та ускладнює роботу редакцій у правовому полі.

Важливим кроком у сфері державного регулювання стало ухвалення в 2022 році Закону України «Про медіа», який, зокрема, передбачає реєстрацію онлайн-ЗМІ, регламентацію діяльності інтернет-платформ, встановлення

правил щодо захисту персональних даних, авторських прав, боротьби з дезінформацією та захисту прав споживачів інформації [46].

Держава має також підтримувати розвиток незалежних локальних та нішевих медіа, які часто залишаються поза увагою великих рекламодавців. Надання грантів, податкових пільг, створення умов для навчання журналістів щодо цифрових інструментів може стати важливим чинником стабільного розвитку цього сегмента.

Підвищення рівня цифрової грамотності населення є однією з найважливіших державних стратегічних задач. Міністерство цифрової трансформації України реалізує програму «Дія. Цифрова освіта», яка має на меті навчити громадян основам безпечної роботи в мережі, розпізнаванню фейків, кібергігієні та критичному мисленню.

Важливим аспектом регуляторної політики має стати гармонізація українського законодавства з нормами Європейського Союзу. Зокрема, імплементація положень

Перспективи розвитку цифрових медіа також передбачають посилення саморегуляції галузі. Створення кодексів етики, стандартів професійної поведінки, незалежних органів з моніторингу контенту дозволить забезпечити баланс між свободою слова та відповідальністю перед суспільством [34].

Ще одним викликом для держави залишається питання боротьби з кіберзлочинністю. Для цього необхідне створення спеціалізованих структур, підвищення кваліфікації правоохоронців, тісна співпраця з міжнародними партнерами, провайдерами та соціальними мережами для протидії хакерським атакам, захисту державних і медійних ресурсів.

Значну роль у розвитку цифрових медіа в Україні відіграють міжнародні донорські програми. Завдяки грантам USAID, Internews, Ради Європи, Європейського Союзу, українські редакції мають змогу підвищувати

технічний рівень, впроваджувати інноваційні формати, проводити розслідування та реалізовувати проєкти громадянської журналістики.

Держава має приділяти особливу увагу питанням доступу до Інтернету в регіонах. Забезпечення рівного доступу громадян до інформації, навіть у найвіддаленіших селах, стане запорукою реальної інформаційної рівності та зміцнення демократичних процесів в Україні.

Поряд із вищезазначеними перспективами важливим завданням є підтримка наукових досліджень та розробок у сфері цифрових технологій і медіа. Академічна спільнота, зокрема профільні кафедри журналістики, інформаційних технологій, соціальних комунікацій мають стати активними учасниками формування цифрової політики та розробки ефективних рішень щодо трансформації вітчизняного медіапростору [42].

Ще однією важливою складовою стратегії розвитку цифрових медіа є інтеграція інноваційних технологій у роботу редакцій. Українські ЗМІ вже почали використовувати системи автоматизованого аналізу даних, генерації контенту, голосових помічників, аналітики поведінки користувачів для оперативнішого та ефективнішого створення матеріалів.

Серед важливих напрямів розвитку також слід виокремити активне впровадження екологічних стандартів у цифровій журналістиці. Це включає оптимізацію споживання енергії дата-центрами, зменшення електронних відходів, впровадження технологій, які дозволяють знизити вуглецевий слід цифрових ресурсів [36].

У перспективі також можливе розширення співпраці між українськими ЗМІ та глобальними платформами для забезпечення рівних умов доступу до монетизації контенту, отримання доходів від реклами, спрощення процедур блокування неправдивих або шкідливих матеріалів.

### 3.3. Шляхи прискорення та удосконалення процесу розвитку діджиталізації медіапростору України

Процес діджиталізації медіапростору України має надзвичайно важливе значення для забезпечення інформаційної безпеки держави, розвитку демократії, доступу громадян до об'єктивної та достовірної інформації. Водночас він супроводжується низкою викликів і проблем, які вимагають визначення чітких напрямів їх подолання. Формування стратегії прискорення та удосконалення діджиталізації українських ЗМІ повинно спиратися на інтеграцію міжнародного досвіду, інноваційних технологій та національних особливостей [38].

Одним із першочергових кроків має стати удосконалення нормативно-правової бази. Україна вже зробила суттєвий крок у цьому напрямі, ухваливши Закон України «Про медіа», однак існуюче законодавство ще не повністю враховує специфіку цифрових платформ, блогінгу, стрімінгу та інших нових форм масової комунікації. Необхідна розробка додаткових підзаконних актів, що регламентуватимуть статус цифрових медіа, їхню відповідальність, а також правила етичної поведінки [1].

Для прискорення діджиталізації важливим є створення сприятливих умов для інвестування в медіаіндустрію. Це може включати податкові пільги для підприємств, що займаються розробкою інноваційних інформаційних технологій, програм підтримки стартапів у сфері цифрових медіа, а також впровадження державних і муніципальних програм підтримки малих та середніх медіа-компаній.

Одним із ключових напрямів удосконалення діджиталізації є стимулювання розвитку локальних і регіональних цифрових медіа. Регіональні ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні громадянської думки, але часто стикаються з браком фінансування та технологічних можливостей.

Надання цільових грантів, створення регіональних хабів цифрових медіа дозволить значно посилити їхню конкурентоспроможність.

Важливою передумовою подальшого розвитку цифрових ЗМІ в Україні є інвестиції в розвиток цифрової інфраструктури. Забезпечення високошвидкісного Інтернету у всіх куточках країни, у тому числі у віддалених та малозаселених регіонах, сприятиме ліквідації цифрової нерівності та забезпеченню рівного доступу до інформації для всіх громадян.

Підвищення рівня цифрової грамотності населення є ще одним ключовим чинником успішної діджиталізації. Варто розширити існуючі державні програми (зокрема, «Дія. Цифрова освіта»), запровадити курси медіаграмотності в навчальних закладах, ініціювати інформаційні кампанії, спрямовані на навчання людей різного віку основам безпечного та відповідального користування цифровими технологіями.

Суттєво сприяти вдосконаленню діджиталізації може інтеграція технологій штучного інтелекту, машинного навчання та великих даних у редакційні процеси. Це дозволить медіа покращити якість аналізу аудиторії, автоматизувати рутинні редакційні процеси, розширити можливості персоналізації контенту та покращити взаємодію з користувачами [50].

Паралельно з цим необхідне впровадження систем захисту даних та кібербезпеки. З огляду на актуальні кіберзагрози, українські медіа повинні активніше використовувати сучасні засоби шифрування, багаторівневі системи автентифікації, VPN-технології, а також співпрацювати з міжнародними організаціями у сфері кіберзахисту.

Удосконалення процесів верифікації інформації також є вкрай важливим завданням. Поширення фейкових новин та маніпулятивних матеріалів становить значну загрозу для суспільної довіри до ЗМІ. Варто активніше впроваджувати механізми фактчекінгу, створювати спеціалізовані

підрозділи у редакціях, а також підтримувати незалежні фактчекінгові ініціативи.

Для підвищення ефективності медіа-компаній доцільно впроваджувати системи управління редакційними процесами (наприклад, Asana, Monday.com, Trello), що дозволяє структурувати процес створення контенту, контролювати дедлайни та оптимізувати командну роботу в умовах динамічної інформаційної екосистеми.

Значну роль у розвитку українських цифрових медіа відіграє міжнародна підтримка. Подальша співпраця з міжнародними донорами, такими як USAID, Internews, Ради Європи, Deutsche Welle Akademie, дозволить залучити фінансові та експертні ресурси для модернізації редакцій, створення якісних журналістських продуктів, розвитку розслідувальної журналістики.

Не менш важливим є формування культури цифрової етики як серед працівників медіа, так і серед споживачів інформації. Поширення етичних стандартів, впровадження внутрішніх редакційних кодексів, спрямованих на дотримання норм правдивості, поваги до приватності та відповідального використання даних, сприятиме формуванню здорового інформаційного середовища.

Ще одним перспективним напрямом розвитку цифрових медіа в Україні є активне використання технологій автоматизованої генерації контенту (automated journalism). У світовій практиці такі рішення вже застосовуються для підготовки фінансових, спортивних та погодних новин. В Україні ця технологія ще перебуває на початковому етапі, однак її впровадження може суттєво скоротити витрати редакцій і дозволити журналістам зосередитися на створенні аналітичних і розслідувальних матеріалів [43].

Також необхідно продовжувати вдосконалювати систему монетизації цифрових медіа. В умовах нестабільного рекламного ринку варто звернути увагу на такі альтернативні джерела доходів, як краудфандинг, підписні моделі, партнерські програми, спонсорські проєкти. Різноманітність фінансових джерел сприятиме стабільності та незалежності редакцій.

Важливим фактором прискорення діджиталізації є подальша інтеграція українських медіа у міжнародний інформаційний простір. Це передбачає участь українських редакцій у міжнародних журналістських розслідуваннях, проєктах журналістської солідарності, обміні досвідом та технологіями з редакціями інших країн, що дозволить посилити професійні стандарти та репутацію української журналістики.

Особливу увагу варто приділяти питанням інклюзивності у цифрових медіа. Створення контенту, доступного для людей з інвалідністю (наприклад, використання субтитрів, альтернативних текстів, адаптованих вебсайтів), має стати стандартом роботи редакцій і бути важливою складовою цифрової етики [44].

Можна зазначити, що ефективна діджиталізація українського медіапростору є процесом, який вимагає постійного вдосконалення, адаптації до викликів і тісної співпраці між державою, бізнесом, медіаспільнотою та громадянськістю. Лише комплексна реалізація усіх перелічених напрямів дозволить Україні створити конкурентоспроможне, безпечне та інноваційне медіасередовище.

Діджиталізація медіапростору має включати не лише впровадження новітніх технологій, а й активне формування нових форматів комунікації між ЗМІ та аудиторією. Зростання ролі інтерактивного контенту, як-от опитування, лайвстріми, візуальні сторітелінги, підвищує вимоги до редакцій щодо креативності та оперативності. Особливої уваги потребує розвиток контенту, орієнтованого на молодь, яка є основним споживачем цифрових

медіа та водночас найменш захищеною від дезінформації. У зв'язку з цим доцільно розвивати партнерські ініціативи між освітніми установами та медіаорганізаціями. Розширення освітніх проєктів сприятиме формуванню критичного мислення та медіаграмотності з молодшого шкільного віку.

Крім того, розвиток цифрових медіа повинен супроводжуватися прозорим механізмом саморегуляції галузі, що включає участь професійних спілок, громадських організацій та незалежних експертів. Необхідно також впроваджувати системи відкритої аналітики, які надають користувачам доступ до даних про джерела інформації, методи збору та обробки контенту. Такий підхід посилює довіру до медіа і сприяє боротьбі з маніпуляціями. Подальший розвиток українського медіапростору залежить від здатності адаптуватися до глобальних цифрових трендів, зберігаючи при цьому національну ідентичність та культурну самобутність. Системний, збалансований та відповідальний підхід до діджиталізації дозволить створити сучасну, стійку та ефективну інформаційну екосистему.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного комплексного теоретичного та практичного дослідження було досягнуто основної мети дипломної роботи – проаналізовано сутність, особливості, проблеми та перспективи розвитку діджиталізації медіапростору України. Відповідно до поставлених у вступі завдань, здійснено глибокий аналіз наукових джерел, нормативно-правової бази, сучасного стану українського медіаландшафту, виявлено основні тенденції та виклики цифрових трансформацій у медійній сфері.

Перший розділ дослідження дозволив здійснити ґрунтовне теоретичне осмислення поняття діджиталізації медіа, що визначено як процес інтеграції цифрових технологій в усі етапи створення, поширення та споживання контенту. Показано, що діджиталізація включає не лише технічні аспекти, а й глибокі соціокультурні, економічні, правові й організаційні зміни. Основними характеристиками цифрових медіа стали конвергенція, мобільність, персоналізація та інтерактивність, які формують нові вимоги до професійної діяльності журналістів і редакцій.

У другому розділі було проаналізовано стан українського медіапростору, що характеризується співіснуванням традиційних і цифрових ЗМІ. Встановлено, що телебачення, друковані ЗМІ та радіо поступово адаптуються до умов цифрової реальності, однак основна динаміка розвитку припадає на цифрові платформи: онлайн-видання, соціальні мережі, подкасти, блогерські формати. Визначено, що діджиталізація докорінно змінила моделі споживання інформації, формуючи тенденції мультіекранності, фрагментації аудиторії, персоналізації контенту та громадянської журналістики.

Важливим результатом аналізу є виявлення високого рівня інтеграції соціальних мереж в український медіапростір. Було показано, що Facebook, Telegram, Instagram, TikTok стали основними каналами розповсюдження

інформації, значно розширивши можливості незалежних медіа, але водночас створивши низку серйозних викликів: поширення фейків, кіберзагроз, інформаційних маніпуляцій, формування інформаційних бульбашок.

У третьому розділі проведено детальний аналіз проблем і викликів діджиталізації українських медіа, серед яких найбільш актуальними залишаються інформаційна безпека, дезінформація, ерозія довіри до ЗМІ, криза фінансування редакцій, цифрова нерівність, правова невизначеність статусу нових форматів журналістики, недостатній рівень цифрової грамотності населення. Особливу увагу приділено питанню концентрації медіавласності, яке становить загрозу для плюралізму думок і редакційної незалежності.

Основним власним здобутком автора в межах дипломної роботи стало формулювання чіткої системи практичних пропозицій та рекомендацій щодо удосконалення процесу діджиталізації українського медіапростору. Зокрема, запропоновано такі напрями: удосконалення законодавства, запровадження етичних стандартів для цифрових медіа, стимулювання розвитку регіональних та нішевих медіа, посилення державних програм цифрової освіти, розширення співпраці з міжнародними організаціями, впровадження інноваційних технологій (Big Data, AI), підвищення стандартів кіберзахисту.

Дослідження дозволяє зробити висновок про те, що Україна перебуває на етапі активного переходу до цифрового медіапростору, проте цей процес є нерівномірним і вимагає цілеспрямованої державної, громадської та професійної підтримки. Українським медіа необхідно адаптуватися до нових реалій інформаційного середовища, розвивати мультимедійні формати, мобільну журналістику, автоматизовану генерацію контенту, інтегрувати інноваційні технології у редакційні практики.

Теоретична значущість проблеми полягає у системному підході до визначення основних аспектів діджиталізації медіа в Україні. Практична

цінність дипломної роботи полягає в наданні реальних механізмів та пропозицій для медіаринку щодо подальшого розвитку цифрових ЗМІ в умовах інформаційної війни, глобальних технологічних змін та трансформації аудиторних практик.

Окремо варто наголосити, що діджиталізація українського медіапростору відбувається в умовах триваючої гібридної війни, що зумовлює підвищену увагу до питань інформаційної стійкості та національної безпеки. Військові дії на сході та повномасштабне вторгнення РФ стали каталізатором цифрових трансформацій у медіа, стимулюючи розвиток альтернативних каналів комунікації та поширення правдивої інформації. У цьому контексті особливого значення набули волонтерські та громадські ініціативи у сфері незалежного інформування. Зросла роль фактчекінгових платформ та проєктів із протидії дезінформації. Зміни у структурі аудиторії також відіграють важливу роль: молодь віддає перевагу мобільним форматам і швидкому контенту, що вимагає адаптації традиційних ЗМІ до нових запитів.

Пандемія COVID-19 стала ще одним чинником, який пришвидшив діджиталізаційні процеси, підштовхнувши медіа до розширення цифрової присутності та експериментів з форматами. Також активізувалася трансформація фінансових моделей ЗМІ, які шукають нові джерела доходу в онлайні, зокрема через краудфандинг, підписки, нативну рекламу. Одночасно зростає потреба у підвищенні прозорості алгоритмів соціальних мереж, які сьогодні визначають, що побачить користувач. Велике значення має розвиток журналістики даних, візуалізацій, інтерактивного сторітелінгу та інструментів штучного інтелекту для збору та обробки інформації.

Цифрова трансформація змінює й внутрішню структуру редакцій — з'являються нові спеціалізації, такі як дата-аналітики, технічні редактори, продюсери мультимедійного контенту. Водночас спостерігається зростання

потреби в міждисциплінарному підході до підготовки майбутніх журналістів. Університети та медійні школи мають адаптувати навчальні програми, включаючи практичні модулі з новітніх технологій, цифрової етики та кібергігієни. Дослідження показало, що розвиток цифрових медіа пов'язаний не лише з технологіями, а й з формуванням нових типів взаємодії з аудиторією, зокрема через платформену журналістику.

Крім того, з'являється потреба у створенні єдиної стратегії цифрового розвитку медіасфери на національному рівні. Така стратегія має враховувати інтереси всіх стейкхолдерів — держави, медіа, громадянського суспільства, освітніх інституцій та міжнародних партнерів. Не менш важливим є забезпечення рівного доступу до цифрових технологій для жителів сільських і віддалених регіонів. Також важливо сприяти збереженню культурної ідентичності в цифровому середовищі через підтримку українськомовного контенту.

Таким чином, діджиталізація є не просто технологічним трендом, а потужним інструментом модернізації медіасфери, що здатен підвищити якість інформації, зміцнити демократичні інститути та забезпечити більш активну участь громадян у суспільному житті. Подальший прогрес у цій сфері залежатиме від рівня координації дій між ключовими гравцями та від здатності медіа адаптуватися до швидкоплинного цифрового середовища.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «про медіа» від 13.12.2022 № 2849-іх. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#text>. Дата звернення: 05.11.2024
2. Закон України «про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-хіі. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#text>. Дата звернення: 05.11.2024
3. Закон України «про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011 № 2939-ві. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#text>. Дата звернення: 20.11.2024
4. Афанасьєв о. «діджиталізаційні тренди сучасних українських партій. – кийв» : kse, 2020. – 25 с. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2020/06/afanasyev-o.-didzhitalizatsiyni-trendi-suchasnih-ukrayinskih-partiy-converted.pdf>. kyiv school of economics дата звернення: 20.11.2024
5. Діджиталізація в медіапросторі: «український досвід»// er.nau.edu.ua. URL: <https://er.nau.edu.ua/items/8246fcb4-9aea-487a-83fc-c87ad1eccc0a>. er.nau.edu.ua дата звернення: 20.11.2024
6. Особливості української діджиталізації // uacrisis.org. URL: <https://uacrisis.org/uk/osoblyvosti-ukrayinskoyi-didzhytalizatsiyi>. uacrisis.org дата звернення: 20.11.2024
7. Як діджиталізація змінює українське телебачення та вже змінила американське // detector.media. URL: <https://detector.media/rinok/article/239745/2025-04-06-yak-dydzhytalizatsiya-zminyuie-ukrainske-telebachennya-ta-vzhe-zminyla-amerykanske/>. detector.media+1 detector.media+1 дата звернення: 20.11.2024
8. Джерелом інформації у 40% новин в українських онлайн-медіа є соцмережі — дослідження імі // detector.media. URL: <https://detector.media/infospace/article/235880/2024-12-12-dzherelom-informatsii-u-40-novyn-v-ukrainskykh-onlayn-media-ie-sotsmerezhi-doslidzhennya-imi/>. detector.media+1 інститут масової інформації+1 дата звернення: 23.11.2024

9. Медіа-джерела, якими користуються українці. Дослідження від u-report // [koblivska-gromada.gov.ua](https://koblivska-gromada.gov.ua). URL: <https://koblivska-gromada.gov.ua/news/1660495497/>. дата звернення: 23.11.2024
10. «цифровізуйся або помри»: які українські міста стали лідерами діджиталізації // [kyivpost.com](https://www.kyivpost.com). URL: [https://www.kyivpost.com/uk/post/40233.kyiv\\_post](https://www.kyivpost.com/uk/post/40233.kyiv_post) Дата звернення: 23.11.2024
11. «Діджиталізація в маркетингу»: аналіз викликів і можливостей // *innovation and sustainability*. – 2024. – № 2. – с. 45–52. URL: [https://inns.com.ua/uk/article/read/didzhitalizatsiya-v-marketingu-analiz-viklikiv-i-mozhливostey.innovation\\_and\\_sustainability](https://inns.com.ua/uk/article/read/didzhitalizatsiya-v-marketingu-analiz-viklikiv-i-mozhливostey.innovation_and_sustainability) дата звернення: 23.11.2024
12. «детектор медіа»: громадська організація та інтернет-видання // *wikipedia*. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/детектор\\_медиа](https://ru.wikipedia.org/wiki/детектор_медиа). Дата звернення: 11.12.2024
- 13.«діджиталізація в управлінні підприємством»: проблеми та перспективи [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/polntnu/12391/1/75%20т.1-389-390.pdf> дата звернення: 11.12.2024
- 14.Тези доповідей учасників конференції «цифрові технології в освіті та науці» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/144-1.pdf> дата звернення: 11.12.2024
- 15.Цифровізація системи менеджменту підприємства в умовах глобальних змін [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/65943/1/цифровізація%20системи%20менеджменту.pdf> дата звернення: 11.12.2024
- 16.Дослідження в галузі цифрових технологій» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29339> дата звернення: 11.12.2024
- 17.«сучасні аспекти діджиталізації бізнесу» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/444> дата звернення: 11.12.2024
- 18.Укономічні аспекти цифрової трансформації підприємств [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://lib.kart.edu.ua/handle/123456789/16562> дата звернення: 11.12.2024
- 19.Електронна комерція в умовах цифрової економіки [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://ela.kpi.ua/items/5a9b01c5-48b7-47bf-9d4d-b7b928ace0a7> дата звернення: 13.12.2024

- 20.«electronic communications and networks» [електронний ресурс]. – режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/.../ecan\\_2020\\_30\\_1\(2\)\\_8](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/.../ecan_2020_30_1(2)_8) дата звернення: 13.12.2024
- 21.«цифрова трансформація в освіті» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/373.pdf> дата звернення: 13.12.2024
- 22.«тенденції діджиталізації бізнес-процесів» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://dspace.vspu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/42820ed0-8d1b-4d94-800a-54713442a945/content> дата звернення: 14.12.2024
- 23.Економічний аналіз цифрової трансформації підприємств [електронний ресурс]. – режим доступу: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2020/107.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/107.pdf) дата звернення: 14.12.2024
- 24.«інформаційні технології в глобальній економіці» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.uzhnu.edu.ua/en/infocentre/get/70319> дата звернення: 14.12.2024
- 25.«діджиталізація у сучасному менеджменті» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4131> дата звернення: 15.12.2024
- 26.«управління цифровою трансформацією» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/4aabb302-b410-4b13-b954-138cf648075f/content> дата звернення: 15.12.2024
- 27.«огляд тенденцій цифрової економіки» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.aup.com.ua/upload/ogliad.pdf> дата звернення: 15.12.2024
- 28.Соціальні аспекти діджиталізації [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/14955/1/sov.pdf> дата звернення: 15.12.2024
- 29.Ефективність цифрових технологій в управлінні [електронний ресурс]. – режим доступу: [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/24259/1/latyshev\\_2024.pdf](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/24259/1/latyshev_2024.pdf) дата звернення: 20.12.2024
- 30.Звернення тези конференції: «діджиталізація освіти» [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/33852/1/...> Дата звернення: 20.12.2024
- 31.Регіональні аспекти цифрових трансформацій [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/31/8.pdf> дата: 24.12.2024

- 32.«mobile journalism»: тенденції розвитку [електронний ресурс]. – режим доступу: [https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2021/07/mobiler%20journalismus\\_1-10.pdf](https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2021/07/mobiler%20journalismus_1-10.pdf) дата звернення: 24.12.2024
- 33.Звіт «thomson reuters foundation. Media report ukraine» [електронний ресурс]. – режим доступу: [https://epim.trust.org/application/.../trfukrainereport\\_ukraine.pdf](https://epim.trust.org/application/.../trfukrainereport_ukraine.pdf) дата звернення: 27.12.2024
- 34.Разумков о. Цифровізація: «переваги та шляхи подолання викликів» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://razumkov.org.ua/statti/tsyfrovizatsiia-perevagy-ta-shliakhy-podolannia-vyklykiv> дата звернення: 28.12.2024
- 35.Закон України «про медіа» [електронний ресурс]. – режим доступу: [https://protocol.ua/ua/pro\\_media\\_stattya\\_6/](https://protocol.ua/ua/pro_media_stattya_6/) дата звернення: 04.01.2025
- 36.Науковий семінар «медіаосвіта як чинник соціалізації особистості» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://ispp.org.ua/2022/11/10/postreliz-naukovij-seminar-mediaosvita...> Дата звернення: 04.01.2025
- 37.Нрку. Регулювання нових медіа: «перспективи для України» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://webportal.nrada.gov.ua/regulyvannya-novyh-media-perspektyvy-dlya-ukrayiny/> дата звернення: 04.01.2025
- 38.Інформаційна безпека та гібридні загрози: «монографія» [електронний ресурс]. – режим доступу: [https://files.duit.edu.ua/.../information\\_security\\_and\\_hybrid\\_threats.pdf](https://files.duit.edu.ua/.../information_security_and_hybrid_threats.pdf) дата звернення: 06.01.2025
- 39.Балтійський центр публікацій. «digital media trends 2023» [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.baltijapublishing.lv/.../9697-1?inline=1> дата звернення: 10.01.2025
- 40.Питання регулювання діджитал-комунікацій [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/5636/1/4.pdf> дата звернення: 10.01.2025
- 41.«інформаційна економіка та цифровізація» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/items/8246fcb4-9aea-487a-83fc-c87ad1eccc0a> дата звернення: 10.01.2025
- 42.Регіональні аспекти цифровізації [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/26/12.pdf> дата звернення: 16.01.2025
- 43.Кіца л.м. «електронні комунікації в умовах цифрової економіки» [електронний ресурс]. – режим доступу:

- <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16173/kitsa1.pdf> дата звернення: 20.01.2025
44. Журнал «політикус». Проблеми цифрових змі в Україні [електронний ресурс]. – режим доступу: [http://politicus.od.ua/4\\_2024/4.pdf](http://politicus.od.ua/4_2024/4.pdf) дата звернення: 21.01.2025
45. Актуальні питання медіа і технологій [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/may/23700/9.pdf> дата звернення: 21.01.2025
46. Інформаційна безпека в умовах гібридних загроз: «монографія» [електронний ресурс]. – режим доступу: [https://files.duit.edu.ua/uploads/.../information\\_security\\_and\\_hybrid\\_threats.pdf](https://files.duit.edu.ua/uploads/.../information_security_and_hybrid_threats.pdf) дата звернення: 21.01.2025
47. Сучасні аспекти захисту інформації [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/6500/1/16.pdf.pdf> дата звернення: 27.01.2025
48. «моніторинг змі. Україна 2024» [електронний ресурс]. – режим доступу: [https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/743735/1/monitoring-zmi\\_2024\\_vol\\_03\\_2024.pdf](https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/743735/1/monitoring-zmi_2024_vol_03_2024.pdf) дата звернення: 28.01.2025
49. Тенденції та прогнози розвитку журналістики та технологій [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.jta.com.ua/trends/tendentsii-ta-prohnozy-rozvytku-zhurnalistyky-media-ta-tekhnohohiy-u-2023-rotsi-vid-instytutu-royers...> Дата звернення: 10.02.2025
50. Дослідження цифрових трансформацій в Україні [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1905> дата звернення: 10.02.2025
51. Соціальні комунікації в умовах цифрових змін [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/307/295> дата звернення: 14.02.2025
52. Дослідження цифрових технологій в ону [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4ecd207c-184f-44bb-9c7d-4cc17b813053/content> дата звернення: 14.02.2025
53. Інформаційна економіка України: «сучасні виклики» [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10042> дата звернення: 14.02.2025
54. Гриценко В. С., Васильєва О. В. «конвергенція як тренд розвитку медіа-середовища». *Міждисциплінарні дослідження науки XXI століття* : мат

- еріали іv всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих учених та студентів, 2 грудня 2024 р. Київ : внз «університет економіки та права «крюк». 2024. С. 57-59. Дата звернення: 14.02.2025
55. шевченко і. «медіа та соціальні мережі: виклики і загрози в умовах війни» [електронний ресурс] // detector media. – режим доступу: <https://detector.media> дата звернення: 24.02.2025
56. «stopfake. *Методологія фактчекінгу та боротьба з дезінформацією*» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://stopfake.org> дата звернення: 24.02.2025
57. «bihus.info». *Аналітичні інструменти в журналістських розслідуваннях* [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://bihus.info> дата звернення: 24.02.2025
58. «Voxcheck». *Фактчекінг у цифрову епоху* [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://voxukraine.org/voxcheck> дата звернення: 25.02.2025
59. український центр медіаосвіти. *Медіаграмотність і цифрові компетенції* [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mediaosvita.org.ua> дата звернення: 26.02.2025
60. «громадське. Спецпроекти»: *діджиталізація, війна і трансформація журналістики* [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://hromadske.ua> дата звернення: 26.02.2025
61. суспільне. «*як ми адаптували редакційні практики до цифрових*» умов [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://suspilne.media> дата звернення: 7.03.2025
62. voxcheck: «фактчекінг у цифрову епоху» <https://voxukraine.org/voxcheck> дата звернення: 07.03.2025
63. «reuters institute. *Digital news report*» 2024 [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024> дата звернення: 16.03.2025
64. stopfake. «*5 проєктів по боротьбі з дезінформацією*» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.stopfake.org/uk/5-proyektiv-po-borotbi-z-dezinformatsiyeyu/> дата звернення: 20.03.2025
65. гриценко о. «*фактчекінг як інструмент протидії дезінформації в умовах гібридної війни*» [електронний ресурс] // філологія і лінгвістика. – режим доступу: <https://journals.maup.com.ua/index.php/philology/article/download/3987/4323/4703> дата звернення: 27.03.2025
66. «usaid, internews. *Life in a smartphone: how ukrainians used media and social networks in 2024*» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://infolight.in.ua/en/2024/12/01/life-in-a-smartphone-how-ukrainians->

- [used-media-and-social-networks-in-2024-usaid-internews-survey/](#) дата  
звернення: 03.04.2025
67. financial times. «*war unfiltered: how telegram straddles the ukraine front line*» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.ft.com/content/aa08a157-3369-4d5f-bf01-a50bb089152c> дата  
звернення: 07.04.2025
68. reuters. «*global audiences suspicious of ai-powered newsrooms, report finds*» [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.reuters.com/technology/artificial-intelligence/global-audiences-suspicious-ai-powered-newsrooms-report-finds-2024-06-16/> дата  
звернення: 14.04.2025
69. reuters institute. «*digital news report 2024*» (pdf) [електронний ресурс]. –  
режим доступу: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/risj\\_dnr\\_2024\\_digital\\_v10%20lr.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/risj_dnr_2024_digital_v10%20lr.pdf) дата звернення: 20.04.2025
70. internews. «*ukraine – information saves lives*» [електронний ресурс]. –  
режим доступу: <https://internews.org/region/ukraine/> дата звернення:  
20.04.2025

## ДОДАТОК А

Результати опитування щодо споживання медіаконтенту серед українців  
(2024 р.)

Платформа	Частка аудиторії, %
Facebook	78%
Telegram	64%
Instagram	55%
YouTube	49%
TikTok	35%
Традиційні медіа	31%

## ДОДАТОК Б

Анкетний лист для онлайн-опитування студентів щодо діджиталізації медіапростору України

Шановний респонденте!

Це опитування проводиться в межах дослідження теми «Діджиталізація у медіапросторі України». Ваші відповіді є анонімними та будуть використані виключно в узагальненому вигляді з науковою метою.

Будь ласка, уважно ознайомтеся із запитаннями та позначте відповідь, яка найкраще відповідає Вашій позиції.

1. Вкажіть Ваш вік:

- до 18 років
- 18–25 років
- 26–35 років
- старше 35 років

2. Вкажіть Вашу стать:

- Чоловіча
- Жіноча
- Інша
- Відмова відповідати

3. Які медіа Ви споживаєте найчастіше? (можна вибрати декілька)

- Традиційні медіа (телебачення, радіо, газети)
- Цифрові медіа (сайти новин, соцмережі)
- Блоги, подкасти
- Інше (вказіть) \_\_\_\_\_

4. Яка основна платформа для отримання новин?

- Facebook
- Instagram
- Telegram
- YouTube
- TikTok
- Інше (вказіть) \_\_\_\_\_

5. Як часто Ви отримуєте новини?

- Кілька разів на день
- Щодня
- Кілька разів на тиждень
- Раз на тиждень
- Рідше

6. Чи довіряєте Ви цифровим ЗМІ?

Так

Ні

Частково

7. Наскільки важливо для Вас мати доступ до новин у режимі реального часу?

Дуже важливо

Важливо

Не має значення

Важко відповісти

8. Як часто Ви перевіряєте достовірність інформації, отриманої в Інтернеті?

Завжди

Іноколи

Ніколи

9. Чи відчуваєте Ви вплив соціальних мереж на Вашу думку щодо суспільних чи політичних питань?

Так

Ні

Важко сказати

10. Якій формі медіаконтенту Ви надаєте перевагу?

- Текстові новини
- Відео-новини
- Подкасти
- Інфографіка
- Фото-репортажі
- Інше (вказіть) \_\_\_\_\_

11. Як Ви оцінюєте рівень цифрової грамотності серед студентської молоді України?

- Високий
- Середній
- Низький
- Важко сказати

12. Чи вважаєте Ви, що навчальні програми повинні включати курси з медіаграмотності?

- Так
- Ні
- Важко сказати

## ДОДАТОК В

Приклад контент-плану українського онлайн-змі (модель)

Дата	Тема матеріалу	Формат	Відповідальний
01.05.2025	Інтерв'ю з медіаекспертом щодо діджиталізації медіапростору України	Відео	Редактор відео
02.05.2025	Новини дня: ключові події цифрової трансформації в Україні	Текст	Редактор новин
03.05.2025	Аналітична стаття: «Діджиталізація медіа в Україні: стан, проблеми, перспективи»	Стаття	Аналітик
04.05.2025	Опитування аудиторії: «Які платформи ви обираєте для отримання новин?»	Інтерактив	SMM-менеджер
05.05.2025	Підбірка найкращих кейсів міжнародного досвіду в діджиталізації медіа	Лонгрід	Журналіст
06.05.2025	Публікація інфографіки: статистика діджиталізації в Україні (2024–2025)	Інфографіка	Дизайнер

Дата	Тема матеріалу	Формат	Відповідальний
07.05.2025	Публікація подкасту: «Як цифрові медіа змінюють журналістику в Україні?»	Подкаст	Звукооператор
08.05.2025	Публікація фотогалереї з прес-конференції з нагоди запуску нового цифрового сервісу	Фото-репортаж	Фотокореспондент
09.05.2025	Пряма трансляція панельної дискусії на тему: «Майбутнє цифрових медіа в Україні»	Live stream	Відеоредактор
10.05.2025	Огляд найкращих додатків для мобільної журналістики	Огляд	Технічний редактор
11.05.2025	Розміщення добірки цитат експертів щодо цифрової безпеки журналістів	Картки-цитати	SMM-менеджер
12.05.2025	Проведення інтерактивного опитування щодо використання соціальних мереж	Інтерактив	SMM-менеджер
13.05.2025	Публікація матеріалу: «Виклики та можливості використання big data в ЗМІ»	Аналітична стаття	Аналітик
14.05.2025	Відео-коментар експертів щодо законопроекту про медіа в Україні	Відео	Редактор відео