

УДК 070:004.9(477) + 316.774 + 323.2

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.1.8>**Микола ЛОСІНСЬКИЙ**

аспірант кафедри журналістики, Державне некомерційне підприємство

«Державний університет «Київський авіаційний інститут», 2175630@stud.nau.edu.ua

ORCID: 0009-0008-1222-0293

**ВПЛИВ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК
МЕДІА-ПРОСТОРУ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОГО
ТА МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ**

Вплив нових технологій на розвиток сучасної медіаіндустрії аналізується, зокрема, шляхом порівняння українського та міжнародного досвіду. Розглядаються важливі інновації, такі як цифрові платформи, штучний інтелект та алгоритми персоналізації, які змінюють підхід до створення, розповсюдження та споживання контенту. Відзначається трансформація традиційної журналістики, зростаюча популярність відеоконтенту і соціальних мереж в якості ключових каналів комунікації, а також нові проблеми, включаючи дезінформацію і етичні дилеми.

Глобальна тенденція автоматизації засобів масової інформації аналізується окремо, включаючи впровадження штучного інтелекту для збору та аналізу інформації, створення персоналізованого новинного контенту та його вплив на споживачів. Особлива увага приділяється позитивним і негативним аспектам цих процесів, зокрема змін якості журналістики, об'єктивності інформації, адаптації до нових стандартів сприйняття контенту. Порівняння міжнародного досвіду з ситуацією в Україні показує вплив інфраструктурних, економічних і політичних факторів на впровадження цифрових технологій в ЗМІ.

В українському контексті підкреслюються особливості цифрової трансформації місцевих ЗМІ, зокрема питання забезпечення ресурсами, правового регулювання та адаптації до глобальних змін. У статті також піднімається питання про можливості і проблеми, які оцифровка відкриває перед українськими ЗМІ в боротьбі за увагу аудиторії в контексті глобальної конкуренції.

Успішна інтеграція нових технологій у медіа-сектор вимагає системного підходу, такого як розвиток високоякісної інфраструктури, підтримка незалежної журналістики та встановлення етичних стандартів у цифрову епоху. Стаття дозволяє оцінити перспективи розвитку світового та українського медіа-простору, а також прояснити важливі завдання, пов'язані з швидкими темпами технічного прогресу.

Ключові слова: нові технології, медіа-простір, штучний інтелект, цифрова трансформація, персоналізація контенту, дезінформація.

**Mykola Losinsky. THE IMPACT OF NEW TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT
OF THE MEDIA SPACE: A COMPARATIVE ANALYSIS OF UKRAINIAN AND INTERNATIONAL
EXPERIENCE**

The impact of new technologies on the development of the modern media industry is analyzed, in particular, by comparing Ukrainian and international experience. Important innovations are considered, such as digital platforms, artificial intelligence and personalization algorithms, which are changing the approach to the creation, distribution and consumption of content. The transformation of traditional journalism, the growing popularity of video content and social networks as key communication channels, as well as new problems, including disinformation and ethical dilemmas, are noted.

The global trend of automation of the media is analyzed separately, including the introduction of artificial intelligence for information collection and analysis, the creation of personalized news content and its impact on consumers. Special attention is paid to the positive and negative aspects of these processes, in particular, changes in the quality of journalism, the objectivity of information, adaptation to new standards of content perception. A comparison of international experience with the situation in Ukraine shows the influence of infrastructural, economic and political factors on the introduction of digital technologies in the media.

In the Ukrainian context, the specifics of the digital transformation of local media are highlighted, in particular the issues of resource provision, legal regulation and adaptation to global changes. The article also raises the question of the opportunities and challenges that digitization opens up for Ukrainian media in the fight for audience attention in the context of global competition.

The successful integration of new technologies into the media sector requires a systemic approach, such as the development of high-quality infrastructure, support for independent journalism and the establishment of ethical standards in the digital age. The article allows us to assess the prospects for the development of the global and Ukrainian media space, as well as clarify important tasks associated with the rapid pace of technological progress.

Key words: new technologies, media space, artificial intelligence, digital transformation, content personalization, disinformation.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасному світі нові технології радикально змінюють медіа-ландшафт, традиційні підходи до журналістики, інформаційні платформи та залученість аудиторії, технологічний розвиток відбувається на тлі складних політичних, економічних та соціальних умов, особливо в Україні. Однією з головних проблем є те, що ЗМІ повинні адаптуватися до нових умов виробництва та розповсюдження контенту, зберігаючи незалежність та справедливість.

Справжня проблема полягає в тому, що штучний інтелект, алгоритми та цифрові платформи включені в процес створення новин та спілкування з аудиторією. Хоча технологія підвищує продуктивність журналістів і полегшує доступ до інформації, вона також призводить до таких проблем, як поширення дезінформації, автоматичне створення контенту без перевірки фактів і низька якість журналістських розслідувань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження цифрової трансформації медіапростору були зосереджені на впливі нових технологій, таких як штучний інтелект, алгоритми персоналізації та соціальні мережі, на процеси створення, поширення та споживання інформації. Багато досліджень та публікацій щодо впливу нових технологій на розвиток медіа-простору знайшли своє відображення в роботах таких вчених: Прохоров М., Шевченко А.І., Довгаль С., Приступенко Т.О., Нікітенко Л., Грісюк В., Андрієнко С. та ін. Їхні роботи охоплюють широкий спектр аспектів цифрової трансформації, включаючи зміни у виробництві контенту, трансформацію моделей комунікації, вплив цифрових платформ на традиційні медіа та формування нових інформаційних екосистем.

Мета та завдання дослідження. Метою статті є визначення та порівняння впливу нових технологій на розвиток українського та міжнародного медіапростору. Ключові інновації, такі як цифрові платформи, штучний інтелект та алгоритми персоналізації, а також їх роль у створенні, розповсюдженні та споживанні контенту. Завдання статті полягає в аналізі впливу цифрових технологій, штучного інтелекту та нових медіа на трансформацію медіасфери, а також у виявленні основних тенденцій розвитку інформаційного простору в Україні та світі. Досліджуються виклики, пов'язані з дезінформацією, монополізацією інформаційного ринку, адаптацією традиційних ЗМІ до цифрової епохи та необхідністю забезпечення редакційної незалежності.

Методи дослідження. Методи дослідження поєднують теоретичні та емпіричні підходи для аналізу впливу цифрових технологій на медіасферу. Системний і структурно-функціональний методи дозволили оцінити взаємозв'язки між технологіями, журналістикою та суспільством. Порівняльний аналіз допоміг визначити особливості цифрової трансформації медіа в Україні. Контент-аналіз виявив зміни у форматах подачі новин, а метод кейс-стаді – вплив штучного інтелекту на журналістику. Соціологічні методи дали змогу дослідити сприйняття аудиторією нових медіаформатів, а юридичний аналіз – відповідність законодавства міжнародним стандартам. Статистичні методи забезпечили обробку даних щодо цифровізації медіапростору.

Виклад основного матеріалу. Розвиток нових технологій трансформує медіа-ландшафт і спричиняє значні зміни як на міжнародному, так і на національному рівнях. У сучасному світі цифрові платформи, штучний інтелект та інші інновації відіграють важливу роль у виробництві, розповсюдженні та споживанні контенту. У цьому контексті порівняння досвіду України з іншими країнами допомагає зрозуміти, як технології трансформують медіа-сектор у глобальному масштабі.

Як показує сучасний європейський досвід, розвиток медіасфери на початку 21 століття неможливий без урахування новітніх технологічних тенденцій [9, с. 162].

Нові медіа – термін, що позначає цифрові, комп'ютерні, інформаційні та мережеві технології і комунікації, які з'явилися наприкінці 20 століття.

Водночас існує тенденція до змішування понять «нові медіа» та «цифрові медіа». Безумовно, і ті, й інші використовують один і той самий спосіб кодування інформації – цифровий. Однак кіноіндустрія та звукозапис також кодують інформацію, і нова пісня співака не є прикладом використання нових медіа. Проте поняття «цифрові медіа» є глибшим і включає в себе поняття нових медіа [5, с. 80].

Існують й інші погляди на це питання. Наприклад, В. Рассел Нейман оцінює нові медіа наступним чином:

- 1) вони зменшують значення географічної відстані; і
- 2) значно збільшують кількість контактів і покращують комунікацію;
- 3) надають можливості для прискореної комунікації;
- 4) надають можливості для інтерактивного спілкування;
- 5) налагодження зв'язків, які донедавна частково перетиналися або перебували в абсолютно різних площинах [11, с. 106].

Електронна віртуальна реальність стає все більш популярною сферою культурних функцій. Суть цих процесів полягає в тому, що символіка все більше проникає в наше життя, і матеріальне існування людей стає все більш залежним від віртуального зображення символів і виразів. В даний час віртуальні об'єкти і методи активно використовуються для впливу на свідомість людини. Маскартюр активно створює переконливу і правдоподібну «медіа-реальність» для споживачів. Зазвичай він формує важливі аспекти особистості людини, такі як цінності, світогляд та ставлення.

Однією з найбільш важливих технологій для перетворення медіа є Інтернет і цифрові платформи. У світі, де домінують Інформаційні технології, швидкий доступ до новин став невід'ємною частиною життя суспільства. Як і у випадку зі світовими ЗМІ, український медіапростір адаптувався до цієї тенденції, надаючи контент, доступний у режимі реального часу, через різні онлайн-платформи, мобільні додатки та соціальні мережі.

За словами Скотта Ліша, простір цифрових медіа, де існує декомунізм між людьми і передовими технологіями, стане науковою лабораторією і художньою студією, в якій будуть створюватися нові об'єкти інтелектуальної власності та цифрові бренди, а соціальні структури будуть замінені інформацією і комунікаціями [12].

Більше роздумів про штучний інтелект не тільки визначає конкретну область дослідження, але й може радикально змінити важливе уявлення про можливості та соціокультурний потенціал штучного інтелекту [10].

Можливості штучного інтелекту вражають. Такі системи можуть повністю замінити людину та її сфери діяльності. Їх можна використовувати для управління транспортними системами, надання медичних та освітніх послуг, виробництва. Сучасні цифрові технології трансформують медіапростір, роблячи індивідів свідомими викликів і ризиків нових форм існування в медіасвіті [6, с. 44].

У той же час Цифрова трансформація не тільки полегшує доступ до новин, але й змінює форму журналістики. Традиційні друковані ЗМІ втратили популярність і були замінені онлайн-публікаціями. В Україні, як і в більшості країн, багато ЗМІ перейшли на цифрові платформи, створивши власні новинні портали, блоги та онлайн-публікації. Це дозволило нам швидко реагувати на зміни попиту на інформацію, а також створило проблеми з фінансуванням контенту та монетизацією.

Штучний інтелект (ШІ) стає ще одним важливим компонентом медіа-індустрії. Він

уже використовується для автоматизації створення новин, збору даних та аналізу аудиторії. Наприклад, багато новинних організацій у розвинених країнах активно використовують штучний інтелект для створення простих новин, таких як спортивні події та котирування акцій. В Україні цей процес тільки почався, але перший крок вже зроблено [3].

Існуючі проблеми свободи слова в Україні безпосередньо пов'язані з відсутністю в країні традиції вільної преси, системи саморегуляції етичної поведінки представників ЗМІ, неналежним рівнем імплементації міжнародних стандартів у медіа, суспільним голодом на професійно подану та збалансовану інформацію, спробами держави володіти медіа-територіями, прямою участю холдингів та олігархів у функціонуванні ЗМІ та їхньою можливістю впливати на редакційну політику ЗМІ [2, с. 43–44].

Дезінформація визначається як дезінформація про людей, факти, події чи явища, які не існують або взагалі не існують, але інформація про них є неповною. Таке «ліберальне» тлумачення та використання терміна може надати йому юридичного значення та призвести до різних тлумачень та юридичних суперечок, що унеможливить застосування закону. закон.

Зрозуміло, що запропоновані закони «про ЗМІ» і «про дезінформацію» повинні сприяти створенню ефективних регулюючих органів і стимулювати виробництво високоякісного контенту, але механізми і заходи, запропоновані владою, що містяться в цих документах, не мають нічого спільного з виробництвом і поширенням інформації, відповідно до міжнародних журналістських стандартів.

Необхідно зробити більше для послаблення жорсткого контролю олігархів над ЗМІ, сприяння редакційній незалежності та боротьби зі злочинами проти журналістів, зокрема погрозами та нападами на журналістів-розслідувачів, порушенням конфіденційності джерел та маніпулюванням інформацією [9].

Впливові міжнародні правозахисні органи, такі як організація Об'єднаних Націй, Freedom House, Рада Європи, Європейський союз журналістів, Федерація французьких журналістів і посольства великих західних країн, негативно відреагували на загрози і виклики розвідувальному сектору з боку проурядової більшості в цих законопроектах.

Наприклад, у заяві Національної спілки журналістів України Про «Очищення інформаційного простору», опублікованій у 2020/1 році, слід зазначити, що законопроект «про дезінформацію» явно ворожий

українським журналістам і спрямований на контроль ЗМІ та журналістів. Боротьба з дезінформацією за допомогою цензури і «очищення» інформаційного простору від невідповідних і небажаних журналістів і засобів масової інформації, безумовно, не є демократією [7].

Порівняння міжнародного досвіду з українським показує, що розвиток медіасфери значною мірою залежить від інфраструктури та рівня технологічної готовності країни. Наприклад, країни з розвиненою інтернет-інфраструктурою, такі як США та Європейський Союз (ЄС), мають значні переваги у впровадженні новітніх технологій у журналістику. З іншого боку, в Україні інфраструктурні проблеми, такі як недостатнє проникнення інтернету в сільській місцевості, створюють певні труднощі в поширенні медіа-контенту.

Українське суспільство поступово адаптувалося до життя в умовах воєнного стану. Однак зараз вкрай важливо подолати всі виклики, пов'язані з трансформацією «правил гри» в медіа-секторі та професійній діяльності журналістів. Основними з них є 1) зростання ролі та значення соціальних мереж, які стали важливим джерелом новин; 2) процес запису, зйомки, фотографування та редагування інформації в складних умовах та в умовах обмеженого часу; 3) перевірка та верифікація достовірності інформації в умовах інформаційної війни [4]. Сьогодні в українських медіа працюють універсальні журналісти.

Одним з найважливіших аспектів перетворення Мультимедіа є зростаюча роль відеоконтенту. Відеоконтент користується великим попитом у багатьох країнах світу, в тому числі в Україні. Такі платформи, як YouTube та TikTok, стали важливими джерелами інформації та розваг для молоді. Це впливає на стратегію медіа-організацій, які все більше інвестують у відеоконтент.

Ще одна важлива проблема-регулювання цифрового медіапростору. Питання регулювання ЗМІ особливо важливе в Україні, оскільки гібридна війна з Росією перетворила ЗМІ на предмет інформаційної війни.

Глобальні компанії, такі як Google, Meta (Facebook) та Twitter, відіграли центральну роль у розвитку медіа-простору, оскільки вони домінують у більшості вмісту в Інтернеті. Це піднімає проблему монополії інформаційного сектору та залежності місцевих ЗМІ від глобальних технологічних компаній. Це особливо очевидно в Україні, де у національних ЗМІ немає ресурсів, щоб конкурувати з міжнародними платформами.

Однією з найбільш цікавих областей розвитку ЗМІ є журналістика даних. Ця практика активно розвивається у всьому світі, коли журналісти використовують великі обсяги даних для створення аналітичних матеріалів і досліджень. В Україні ця тенденція також набирає обертів, але вона відносно нова в медіаіндустрії.

Ще одна важлива тенденція-поширення громадянської журналістики. Нові технології дозволили громадськості стати частиною медіа-простору і створювати контент, що впливає на громадську думку. В Україні, як і в інших країнах, громадянська журналістика відіграє важливу роль у формуванні незалежного медіаконтенту.

Щоб українські ЗМІ могли йти в ногу з глобальними інноваціями, необхідно впроваджувати інноваційні підходи, які були успішними в інших країнах. Одним з ключових аспектів є використання штучного інтелекту для автоматизації рутинних процесів, таких як обробка великих обсягів даних, пошук інформації та аналіз її достовірності. Наприклад, багато міжнародних інформаційних організацій використовують штучний інтелект для автоматичного створення коротких новин, спортивних звітів та фінансових звітів. Українські ЗМІ можуть винести уроки з цього досвіду для оптимізації ресурсів і підвищення ефективності.

Крім автоматизації, ще одним важливим елементом адаптації є використання алгоритмів для персоналізації новинного контенту. Наприклад, такі платформи, як Google News та Facebook, використовують алгоритми для представлення новин на основі уподобань та поведінки користувачів. Українські ЗМІ можуть підвищити залучення аудиторії, створивши власні платформи або додавши персоналізовані рекомендації до існуючих цифрових платформ. Це допомагає утримувати користувачів і залучати нових споживачів контенту.

Щоб забезпечити фінансову стабільність, українські ЗМІ також повинні враховувати нові бізнес-моделі, такі як підписки і платний доступ до преміального контенту. Багато міжнародних ЗМІ успішно монетизували свою діяльність, підписуючись на платних користувачів і пропонуючи ексклюзивний контент. Одним із прикладів є New York Times, яка отримує значну частину свого доходу від передплатників. В Україні, де рекламна неділя обмежена, ця модель вважається ефективним способом збереження незалежності та стійкості ЗМІ, особливо після початку конфлікту.

Іншим важливим аспектом адаптації є боротьба з дезінформацією, яка є однією з найбільших проблем цифрової ери [1]. Українські ЗМІ можуть запозичити міжнародний досвід, зокрема, використання спеціалізованих платформ перевірки інформації та алгоритмів, які автоматично аналізують джерела для виявлення дезінформації. Такі ініціативи, як PolitiFact у США та Full Fact у Великобританії, вже давно є життєво важливими для засобів масової інформації. Подібні проекти вже існують в Україні, наприклад, StopFake, але він може розширити свою діяльність і інтегруватися у велику медіа-платформу.

У сьогоденних гібридних війнах дезінформація та пропаганда є потужними інструментами, які зловмисники використовують для досягнення стратегічних цілей. У цій статті ми розглянемо різні стратегії боротьби з дезінформацією, включаючи технологічні рішення, такі як штучний інтелект і блокчейн, які можуть допомогти ідентифікувати і нейтралізувати підроблені новини. Підвищення рівня медіаграмотності серед населення є важливим чинником протидії інформаційній декомунізації та зниження вразливості суспільства до інформаційних атак.

Важливою є також роль держав та міжнародних ініціатив у забезпеченні інформаційної безпеки, особливо в умовах глобалізації та діджиталізації. Досвід України у протидії дезінформації під час російської агресії може слугувати корисним прикладом для інших країн. Ефективна протидія інформаційним загрозам вимагає комплексного підходу, міждисциплінарної співпраці та використання інноваційних методів. Успішна боротьба з дезінформацією сприяє зміцненню національної безпеки та соціальної стабільності, що дуже важливо в сучасному світі [1, с. 12].

Крім того, українські медіа повинні використовувати крос-платформний підхід для розширення своєї аудиторії. Успішні приклади за кордоном показують, що медіа-організації повинні бути присутніми не лише на власних веб-сайтах, а й у соціальних мережах, відеоплатформах і месенджерах, таких як Telegram, YouTube і TikTok. У такий спосіб вони можуть розширити охоплення своєї аудиторії та залучити молоде покоління, яке все частіше споживає новини через ці канали. Серед успішних прикладів – BBC, яка активно використовує Instagram та YouTube для охоплення молоді.

Також важливо інвестувати в навчання журналістів новим цифровим навичкам. Міжнародні медіа-організації активно навчають своїх співробітників використанню інстру-

ментів аналізу даних, управлінню штучним інтелектом та створенню мультимедійного контенту. В Україні, де такі навички тільки починають використовуватися, для журналістів важливо розвивати спеціальні навички, щоб бути конкурентоспроможними на ринку праці та покращувати якість матеріалів.

Нарешті, українським ЗМІ слід звернути увагу на співпрацю з міжнародними партнерами, обмін досвідом та розвиток спільних проектів. Інтеграція українських ЗМІ в глобальні ініціативи забезпечить доступ до інноваційних технологій, передового досвіду та фінансової підтримки розвитку. Спільні проекти з міжнародними ЗМІ допоможуть українським ЗМІ вийти на нові неділі та підвищити свою репутацію на міжнародній арені.

Висновки. Узагальнюючи, можна сказати, що розвиток нових технологій, таких як штучний інтелект, цифрові платформи та мережеві технології, мав фундаментальний вплив на характер сучасних медіа. Ці інновації створюють безпрецедентні можливості для створення, розповсюдження та споживання контенту, значно розширюючи можливості спілкування та взаємодії. Нові медіа стали важливою складовою сучасної культури, що дозволило нам подолати географічні бар'єри, прискорити обмін інформацією та інтегрувати нові форми цифрової реальності у наше повсякденне життя.

У той же час ці процеси створюють нові проблеми для медіа-індустрії, включаючи такі питання, як регулювання вмісту, боротьба з дезінформацією та забезпечення етичних стандартів. Необхідність впровадження нових технологій, розширення ролі глобальних компаній, що домінують у більшій частині онлайн-контенту, та адаптації місцевих ЗМІ до нових бізнес-моделей також є проблемами, які необхідно подолати.

Порівнюючи ситуацію в Україні з міжнародним досвідом, ми можемо зробити висновок, що Україна зробила важливий крок на шляху цифрової трансформації ЗМІ, але стикається з деякими труднощами, особливо в тому, що стосується підготовки інфраструктури та фінансової стабільності засобів масової інформації. Важливим кроком на шляху модернізації медіапростору в Україні є використання штучного інтелекту, інтерактивності та персоналізації контенту для покращення взаємодії з аудиторією.

Таким чином, медіапростір переживає динамічний процес трансформації, в ході якого, з одного боку, нові технології відкривають нові можливості, а з іншого боку, необ-

хідно переглянути старі функціональні моделі як в контексті професійної журналістики, так і в контексті управління інформаційними потоками. Важливо, щоб Україна використовувала

міжнародний досвід для впровадження інновацій, що сприяють розвитку медіаіндустрії, і підвищення стійкості в складних умовах сучасного інформаційного простору.

Література:

1. Андрієнко С., Іващенко С. Стратегії боротьби з дезінформацією та пропагандою в контексті гібридної війни. *Економічні науки. Вісник Хмельницького національного університету*. 2024, № 4. С. 9–13.
2. Вітович І. Слова – ті самі, свобода теж. *Україна молода*. 2019. 19-20 квітня. (№45). С. 5.
3. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. *Соціальні комунікації. Технологія і техніка друкарства*. 2017. № 3 (57). С. 93–100.
4. Грісюк В. П., Заїка В. В. Трансформація в медіа під час війни: виклики в сучасному медіапросторі. URL: <http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/archives/3291>
5. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія. *Український науковий журнал «ОСВІТА РЕГІОНУ»*. С. 80. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1242>
6. Довгаль С. Філософські проблеми трансформації медіапростору під впливом цифрових технологій. *ГРАНІ*. Том 23, № 1–2. 2020. С. 40–48.
7. Нікітенко Л. Зачистка інформпростору. *Україна молода*. 2020. 22 січня. (№7). С. 3.
8. Приступенко Т. О. Медіапростір України: сучасні виклики та загрози. URL: http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/wp-content/uploads/2020/04/m_090420.pdf
9. Прохоров М. Вплив нових технологій на сферу медіа у Республіці Польща: адаптація європейського досвіду. *Історико-політичні проблеми сучасного світу* : Збірник наукових статей 2016, 33–34. С. 161–169.
10. Шевченко А. І., Ященко А. І. Чи може комп'ютер мислити? *Штучний інтелект*. 2005. № 4. С. 476–489.
11. Lash S. Critique of Information. London, Thousand Oaks : Sage Publications, 2002. 234 p.
12. Neuman R. Social Implications of the Internet. *Annual Review of Sociology*. 2001. № 27.