

8. Pohribna O. O. (2021). Zberezhennia fondiv providnykh natsionalnykh bibliotek svitu v umovakh tsyfrovizatsii suspilstva. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho*, 62, pp. 164—174.
9. *Pro zatverdzhennia Derzhavnoi tsilovoi natsionalno-kulturnoi prohramy stvorennia yedynoi informatsiinoi biblioteknoi systemy "Biblioteka — XXI"* : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 17 serpnia 2011 r. № 956. (2011). Kyiv. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/244532297> (accessed: December, 6, 2024).
10. *Pro zatverdzhennia natsionalnoho planu vidkrytoi nauky* : Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 08.10.2022 № 892-r. (2022). Available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennia-natsionalnoho-planu-shchodo-vidkrytoi-nauky-892-081022> (accessed: December, 6, 2024).
11. *Pro biblioteki i biblioteknu spravu* : Zakon Ukrainy vid 27.01.1995 № 32/95-VR. Chynna redaktsiia vid 01.01.2022 r. (1995). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80#Text> (accessed: December, 6, 2024).
12. Rybachok O. M. (2017). Dokumentalna spadshchyna yak skladova kulturnykh tsinnosti i kulturnoi spadshchyny. *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia*, 2, pp. 81—91.
13. Samokhina N. F. (2014). Orhanizatsiia povnotekstovykh elektronnykh resursiv u Natsionalnii bibliotetsi Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho. *Biblioteknyi visnyk*, 6, pp. 13—17.
14. Skobets I., & Novykova H. (2000). Kopiiuvannia v bibliotekakh yak zasib poshyrennia i zberihannia informatsii. *Studii z arkhivnoi spravy ta dokumentoznavstva*, 6, pp. 81—83.
15. Slobodianiuk A. O. (2022). Istoriia rozvytku tekhnolohii kopiiuvannia ta rozmnozhennia dokumentiv. *Zbirnyk materialiv VII Vseukrainskoi naukovoï konferentsii "Informatsiini tekhnolohii i systemy v dokumentoznavchii sferi" za pidsumkamy naukovo-doslidnytskoi roboty studentiv spetsialnosti "Informatsiina, bibliotekna ta arkhivna sprava"*. Vinnytsia: DonNU imeni Vasylia Stusa, pp. 27—28.
16. Turovska L. O. (2016). Misiia i viziia suchasnykh bibliotek v epokhu postknyzhkovoi kultury (vid Hutenerba do Internetu). *Biblioteknyi forum Ukrainy*, 1, pp. 15—20.
17. Shevchenko M. O. (2019). Kryterii vidboru dokumentiv dlia otsyfruvannia istoryko-kulturnoi spadshchyny Ukrainy. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury*, 54, pp. 73—81.

Надійшла до редакції 10 грудня 2024 року



СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 07-027.541:316.77](477)(045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2025.2(343).30-38

Віталій Корнєєв,

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент,
професор кафедри соціальних комунікацій
Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,
e-mail: vmkorn@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-5749-1443>
Scopus Author ID 57449036600

Тетяна Сащук,

кандидатка наук із соціальних комунікацій,
доцентка кафедри соціальних комунікацій
Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,
e-mail: sashchuk@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-0758-2045>
Scopus Author ID 58164788600

Комунікаційне середовище в умовах трансформації медіасистеми

У статті досліджено особливості функціонування комунікаційних середовищ в умовах трансформації традиційних і новітніх медіа. Розглянуто специфіку побудови та розвитку комунікаційних середовищ за умови зростання значущості регіональних медіа. Наголошено на важливості дотримання технологічних процесів виробництва інформації й стандартів діяльності соціальних медіа.

Проаналізовано виклики, які постали перед системою українських медіа внаслідок війни, й тенденції розвитку медіасистеми в цих умовах. Увагу зосереджено на кваліфікації особливостей функціонування комунікаційних середовищ локального характеру та формуванні методів їх дослідження.

Підсумовано, що дослідження комунікаційного середовища в умовах трансформації медіасистеми передбачає посилення уваги до регіональних медіа, які найінформативніше віддзеркалюють динаміку таких середовищ.

Ключові слова: трансформація медіасистеми; регіональні медіа; комунікаційне середовище

Постановка проблеми. Військова агресія РФ значною мірою впливає на обриси українського медіаландшафту, змінюється модель комуніка-

ційної взаємодії мовників з аудиторією, виникають нові медіаплатформи, часто — у сегменті соціальних медіа, динамічно оновлюється

контентне наповнення, що дає підстави для висновків про оновлення комунікаційних середовищ, у межах яких відбувається соціальна комунікаційна взаємодія.

У наш час процеси трансформації відбуваються з урахуванням соціально-політичної ситуації, агресивної війни та її наслідків, тобто неприродних змін і деформацій, які від того не менш значущі для системи медіа. На момент проведення дослідження (кінець 2024 р. — початок 2025 р.) українське суспільство живе з очікуванням кардинальних змін щодо війни та гарантій безпеки. Не вдаючись у варіації сценаріїв, які обговорюють у медіа, зауважимо, що ці процеси неодмінно впливатимуть на динаміку змін медіасистеми. З огляду на це, важливо окреслити чинники трансформації медіасистеми в контексті функціонування комунікаційних середовищ, а також контексти, в яких ці тенденції зможуть реалізуватися.

Проблема функціонування комунікаційних середовищ у процесі динамічного оновлення медіасистеми потребує наукової кваліфікації ще й з урахуванням того, що нині змінюються підходи до медійної освіти, сформовано нову галузеву модель вищої освіти в країні, передбачено оновлення освітніх програм. Додатковим чинником, що визначає ці процеси, є функціонування українських закладів вищої освіти в сегменті європейського освітнього простору. Зокрема, після реалізації низки міжнародних проєктів і програм, як-от проєкт DESTIN [1], можемо спостерігати домінування євроінтеграційних процесів і підходів у системі медіаосвіти. Трансформація системи медіа вносить певну специфіку в цей процес, оскільки й професіоналізація, й освітні траєкторії орієнтуються на потреби ринку, нові спеціальності та професії галузі. Додатковим свідченням цього може бути затвердження професійних кваліфікацій з ініціативи АТ "Національна суспільна телерадіокомпанія України" [13], які значною мірою розширюють класифікатор професій, успадкований ще з радянських часів. Ці чинники актуалізують проблему сучасної трансформації медіасистеми в контексті умов її функціонування, які, зі свого боку, можуть кваліфікуватися через модель комунікаційного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує не надто високу увагу дослідників медіа до проблем трансформації медіасистеми. Серед ґрунтовних публікацій слід виокремити дослідження В. Брадова, В. Бурдяка, О. Дженжебір, О. Сусської, Є. Цимабленка. Дотичними, але не менш важливими є праці С. Довгаль,

О. Бутурліна, Т. Тухтарової. Особливої уваги варта стаття Ю. Нагорної [10]. Ці дослідження розкривають особливості та динаміку змін медіасистеми впродовж останніх 10 років і надають розуміння закономірностей цього процесу в національних медіа, а розвідка В. Бурдяка передбачає можливість застосування компаративного підходу для вивчення зазначених особливостей у контексті поєднання українського та болгарського досвіду.

До джерельної бази пропонованого дослідження увійшла публікація Д. Дуцик, у якій не лише акцентовано на особливостях трансформації медіасистеми, а й окреслено та проаналізовано виклики й загрози, що постали перед українськими медіа внаслідок війни.

Зазначимо, що умови й особливості функціонування комунікаційного середовища автори пропонованої статті дослідили та описали разом із Н. Білан у публікації [7], тому не зосереджуватимемо увагу на феноменологічній природі явища й перспективах використання комунікаційного середовища як моделі, що об'єднує різні аспекти розуміння системи медіа.

Метою статті є визначення ролі феномену комунікаційного середовища в процесах трансформації медіасистеми України з метою виявлення тенденцій і можливостей урахування цих особливостей у науковій та освітній діяльності. З огляду на розуміння комунікаційного середовища як окремого явища системи соціальних комунікацій, що може мати, зокрема, й дискретний характер, дослідження передбачає аналіз регіональних медіа з урахуванням їх функціонування в національному інформаційному просторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблематика трансформації медіасистеми увійшла в український науковий медіадискурс від початку її створення як національної, але моделювалася та сприймалася на основі тих соціально-політичних змін, що визначали буття суспільства, охоплюючи медіа, які обслуговували його інформаційні потреби. З розвитком демократичних процесів, ствердженням принципів свободи слова, упровадженням європейських стандартів медіадіяльності на рівні внутрішнього правила роботи в медіа, зростала увага науковців до чинників, що впливають на формування медіасистеми як з боку зовнішніх (політика, економіка, законодавство), так і внутрішніх процесів оновлення структури медіадіяльності. Не останню роль у цих змінах відігравав науково-технічний прогрес, зокрема процеси цифровізації, що сприяли поширенню низки інструментів і

технологій, які уможливили досягнення сучасного стану публічної чи масової комунікації.

Оцінку трансформації медіасистеми на початку другого десятиліття XXI ст. надав В. Брадов: "...в умовах набутої свободи підприємництва, збільшення кількості різного типу недержавних засобів масової комунікації, рівноправного існування у галузі різних форм власності, загострення суперництва за увагу аудиторії у незалежній державі, одержав розвиток новий — ринковий — механізм виробництва, розподілу, обміну і споживання інформаційного продукту, почав формуватися вітчизняний медіаринок" [2, с. 174]. Дослідник виокремлює соціально-економічні причини оновлення медіасистеми та формування нової медійної реальності саме з огляду на механізми споживання й потреби аудиторії. У цій ситуації слід зауважити про різні трансформації не тільки загальнонаціональних, а й регіональних мовників, адже забезпечення інформаційних потреб регіональних спільнот значною мірою впливало на оновлення медіасистеми, формування низки нових медіа та збільшення обсягів контенту регіональної проблематики. Зазначаємо про це досить об'єктивно, зокрема спираючись на дослідження О. Дженжебір [5], яке виконувалося на кафедрі соціальних комунікацій Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка та охоплювало окреслений період. Регіональне розширення медіасистеми було зумовлено й розвитком економіки — не останню роль у підтримці медіа, насамперед регіональних, відігравали місцеві економічні еліти, до того ж не лише завдяки рекламі чи політичній активності, а й підтримці культурно-мистецьких та освітніх програм регіонального розвитку.

Про схожі тенденції розвитку медіасистеми Болгарії зауважує В. Бурдяк: "Через концентрацію медіа-власності та зростання інвестицій у медіа-ринок РБ, конкуренція між комерційними ЗМІ зростає і з'явилася тенденція до комерціалізації медіа-контенту. Це привело до поширення гібридної моделі преси та тавтологічної аудіовізуальної продукції. "Класична" цензура поступилася місцем цензурі власності, що суттєво обмежило різноманітність медіа-контенту і форматів. Істотним недоліком на рівні медіа-системи також є слабе нормативне забезпечення процесу переходу на цифрове поширення інформації" [3, с. 47]. І хоча дослідник здебільшого зважає на недоліки комерціалізації контенту, можемо констатувати спільність тенденцій у розвитку національних медіасистем. Отже, чинниками, що зумовили ці зміни, є передусім соціальні процеси

та розвиток технологій, тобто глобальні тенденції, реалізовані в зіставних результатах двох доволі різних країн.

На зростанні ролі регіональних чи локальних чинників у розвитку медіасистеми в другому десятилітті XXI ст. наголошує Є. Цимбаленко: "Справедливо буде відзначити, що разом із тенденцією до глобалізації та вестернізації спостерігаємо локалізацію (зміщення центру уваги ЗМІ на місцеві події) та глокалізацію контенту (набуття локальною інформацією глобального характеру), а універсалізм у журналістиці протиставляється появі нішевих медіа" [18, с. 71]. Нові суб'єкти мовлення завдяки оновленню чинних медійних ресурсів сприяли збільшенню регіонального тематичного контенту, відтак — впливали на розвиток нових локальних середовищ (ще раз акцентуємо на назві та об'єкті дослідження О. Дженжебір [5]). Ці локальні комунікаційні середовища формувалися з урахуванням різних моделей і каналів донесення інформації, зокрема в період, коли соціальні медіа та інформаційні технології, які їх уможливили, ще не набули поширення. Загальна тенденція цього часу — розвиток сегментованих аудіовізуальних медіа, більшість яких успішно функціонують й досі, оскільки потреба в регіональній інформації не зникла. Цей процес супроводжувався цікавими особливостями діяльності медіа, які мали передовсім технічні причини. Наприклад, саме завдяки технічним можливостям у західній частині Кіровоградщини був доступний телеканал "Рось" із сусідньої Черкащини, натомість власні обласні мовці демонстрували значно гіршу якість сигналу чи взагалі не були доступними.

Розвиток регіональних сегментів медіасистеми ґрунтувався на продукуванні місцевого контенту, до того ж контенту цікавого, захопливого чи такого, що втілював би інформаційні очікування аудиторії. Слід констатувати, що сьогодні ситуація кардинально не змінилася, зокрема Ю. Нагорна зазначає: "...Використання інфотейнменту в новинних програмах стало сьогодні чи не ключовим на регіональних телеканалах. Серед його головних прийомів є нетипові зйомки, увага до яскравих деталей у сюжеті, лінгвістичні та стилістичні прийоми, методи монтажу тощо. Розігрування інформації в підсумкових випусках новин відбувається з метою спрощення для сприйняття аудиторією складних до запам'ятовування тем. Такі методи подачі інформації допомагають наблизити глядача до сконструйованої екранної реальності" [9, с. 105]. Схожу ситуацію спостерігаємо не тільки на телеканалах:

для підтвердження достатньо переглянути (як це зробили автори статті) програму мовлення регіональних радіостанцій, навіть FM-діапазону, на Київщині, Черкащині, Кіровоградщині. Логічно передбачити, що в інших областях України ситуація буде подібною.

Кардинальних змін національна система медіа зазнала внаслідок поширення феномену соціальних медіа. Ключовою ситуацією, що мала значний вплив на оновлення системи, стала можливість медіатизації за допомогою соціальних мереж і сервісів, продукування контенту поза регулюванням системотворчими факторами, зокрема здатністю поширювати контент без професійної підготовки, дотримання стандартів чи етичних норм, перевірки фактів і джерел. Вплив цієї ситуації на особливості комунікаційних середовищ проаналізовано в публікації [7], автори якої акцентують на розмиванні фактів враженнями чи й взагалі на їх підміні образами. Водночас слід враховувати появу професійних соціальних медіа, що функціонують у системі фахових вимог і стандартів, але є більш оперативними й запитаними аудиторією.

З початком повномасштабного вторгнення система медіа переживає чергову хвилю оновлення, причому основна концентрація змін припадає на соціальні медіа та сервіси. Не аналізуватимемо ґрунтовно мовлення телемарафону "Єдині новини", суспільне значення й потрібність якого однозначно визначити важко, до того ж, за оцінками соціологів та експертів, його популярність стабільно знижується. Як аргумент варто навести повідомлення Інституту масової комунікації [17] чи публікації інтернет-видання "Детектор медіа" [8], що надають доволі об'єктивні та ґрунтовні дані.

Соціальні медіа за природою є більш оперативними й кількість споживання інформації через ці канали зростає [12]. У цьому контексті варто навести цитату з виступу Д. Дуцик: "Після 24 лютого 2022 року суттєво зросло користування соціальними мережами, і в першу чергу Telegram. За результатами опитування КМІС, яке проводилось на замовлення ОПОРИ у травні цього року, більшість громадян, зокрема 76,6%, у перші два місяці повномасштабного російського вторгнення використовували саме соцмережі як джерела інформації для отримання новин. Тоді як телебачення — 66,7%, а інтернет-сайти (без соцмереж) — 61,2%. Серед соцмереж лідирує Telegram (65,7%), на другому місці YouTube — 61,2%, на третьому — Facebook (57,8%). До 24 лютого також була тенденція до зростання користування соціальними мережами. За результатами опиту-

вання InMind, яке проводилось на замовлення міжнародної організації Internews, що реалізує "Медійну програму в Україні" за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), у 2021 році 63% українців читали новини в соцмережах, 48% — дізнавалися новини з інтернет-сайтів, 46% — з телебачення. Але ще кілька років тому на першому місці було телебачення" [19]. Водночас споживання телевізійного контенту не знилося до критичних значень, особливо в регіональному сегменті мовлення, про що промовисто свідчить результати дослідження Ю. Нагорної [10].

Інформаційні запити та потреби, які забезпечують у цьому сегменті медіасистеми, формуються на основі актуальних загроз воєнного періоду життя суспільства, і саме ці канали можуть доносити інформацію повніше та оперативніше, використовуючи методи, що дають змогу залучати місцевих експертів, експлікують регіональний фактаж, топоніміку, враховують особливості світосприйняття та мовні картини дійсності, властиві певним регіонам.

Ці процеси сприяють не тільки появі вузьких, сегментованих медіаканалів, а й розширенню моделей національних медіа за парасольковим принципом: коли поряд із національним телеграм-каналом функціонують регіональні, зі зміненою назвою, але з оперативною координацією інформаційних потоків, взаємною рекламою, моделюванням контенту, принципами побудови комунікаційних стратегій тощо. Такі моделі зазвичай передбачають створення дочірніх каналів із топонімічними назвами, наприклад, "Реальна Україна" — "Реальний Київ". Часто в такій моделі наявні дочірні канали за тематикою чи формалізованими (виділеними) інформаційними потребами "Реальна Україна — Радар тривоги". Ці моделі інформування цікаві з огляду на створення комунікаційних середовищ, які вибудовують на основі сегментування аудиторії, коли генеральний канал має найбільше охоплення читачів, а його локальні структури, хоча й з меншою кількістю підписників, формують високу щільність переглядів у регіонах, звісно, за умови публікації оперативної й точної інформації.

Слід навести результати спостереження, яке ще потребує окремого дослідження, але є помітною тенденцією в нинішніх умовах розвитку медійних систем: функціонування соціальних медіа жорстко не регламентується вимогою дотримання стандартів, однак саме дотримання стандартів, зокрема оперативності, точності, достовірності, повноти інформування, сприяє зростанню ауди-

торії та кількості переглядів. Звісно, це спостереження актуальне на період повномасштабної війни, коли цінність інформації безпосередньо вимірюється життям людини. Ймовірно, після першого чи (у гіршому випадку) у разі призупинення бойових дій у форматі заморожування конфлікту значущість дотримання зазначених стандартів не буде визначальним чинником зростання аудиторії. Утім, ця гіпотеза потребує перевірки та моніторингу впродовж тривалого часу й може стати цікавим самостійним дослідженням.

Функціонування системи медіа під час повномасштабної війни стикається з низкою загроз, які оперативно виникають, але при цьому можуть бути так само оперативно розв'язані чи витіснені новими викликами. У 2022 р. Д. Дуцик визначила такий перелік ключових загроз у системі медіа: "...радикально змінюється медіаспоживання; фактично зруйновано ринок реклами (потрібен час на його відновлення); повністю змінюється медіаландшафт, оскільки зникає велика кількість традиційних медіа" [19]. Наголосимо на актуальності першого й третього викликів, натомість ринок реклами поступово відновлюється, дедалі повніше охоплюючи не тільки традиційні, а й соціальні медіа. Водночас виникають інші виклики, пов'язані з достовірністю та повнотою інформації, зваженою цінністю контенту, особливо у співвідношенні національних / регіональних медіа, дотриманням стандартів медіадіяльності, насамперед у процесі поширення чутливого контенту з місць бойових дій чи висвітлення наслідків обстрілів. Гострими залишаються проблеми безпеки журналістів під час роботи на лінії бойового зіткнення чи поруч, водночас чимало контенту поширюється від безпосередніх учасників бойових дій, адже журналісти не завжди можуть дістати доступ до такої інформації, принаймні через офіційні канали. Нарешті, останнім, але не менш значущим показником функціонування сучасної медіасистеми є самоцензура, зумовлена потребами безпекового характеру.

Сучасний етап розвитку медіасистеми є унікальним для української історії, оскільки на контекст війни накладається стрімкий технічний і технологічний розвиток галузі. Ці процеси позначаються на оновленні механізмів і способів викладу інформації, зумовлюють появу мовців нових типів, зокрема наноінфлюенсерів, аудиторія яких охоплює до 10 тис. осіб і які, на думку експертів, становлять до 90% ринку [16].

Серед характеристик сучасної медіасистеми й тенденцій її оновлення медіаексперти вважають

найактуальнішими такі: розширення цифрових медіа; відеоконтент і стримінг; персоналізація та рекомендації; розширена (AR) і віртуальна (VR) реальність; соціальні медіа та лідери думок (наноінфлюенсери) й контент, створений користувачами (UGC); фейк-ньюз і боротьба з ними; інтерактивний контент та участь аудиторії; мобільний контент і мобільна журналістика; подкасти й аудіоконтент, бум соціального аудіо; штучний інтелект та автоматизація [16]. Розвиток цих напрямів забезпечується насамперед технологічними можливостями, повномасштабна війна лише загострює та актуалізує всі чинники, що сприяють оперативності й точності трансляції інформації.

Один з авторів пропонованої статті під час виступу на конференції в м. Слубіце (Польща) 2023 р. наводив цікавий для польської наукової аудиторії приклад: поки ракета долітає з місця пуску до столиці України, особливо якщо йдеться про крилату ракету, соціальні медіа встигають не тільки повідомити про її наявність, маршрут, тип, очікуваний час прильоту, потребу пройти в укриття, передбачувану траєкторію, а й опублікувати кілька новин іншої проблематики та неодноразово повернутися до теми підльоту ракети. З одного боку, цей приклад свідчить про оновлення медіасистеми відповідно до викликів часу та потреб аудиторії, з іншого — демонструє технологічні можливості цієї системи, які й після завершення війни розвиватимуться та використовуватимуться не менш ефективно.

Важливо також враховувати тенденції розвитку штучного інтелекту (ШІ) та серйозно ставитися до використання цієї технології в різних ситуаціях та обставинах соціального життя. Сьогодні українські медіа періодично повідомляють не тільки про можливості застосування ШІ в науці чи техніці, для побутових чи освітніх потреб, а й про ширший спектр використання нейромережових технологій для протидії російській агресії, зокрема в далекобійних системах ураження ворога. Теза про стрімкий розвиток технологій під час будь-якої війни не потребує особливого доведення: російсько-українська війна спричинила створення нового роду військ — Сил безпілотних систем ЗСУ. Цей процес виразний не лише в Україні, а й у країнах НАТО, тому технології інформаційно-комунікаційної взаємодії, що активно розвиваються, використовуватимуть і для медійних потреб. Слушною вважаємо думку С. Довгаль і колег про те, що "подальші рефлексії щодо штучного інтелекту можуть не тільки конкретизувати окреслені напрямки досліджень, а й кардинально змінити превалюючі нині уяв-

лення про можливості та потенціал штучного розуму" [6, с. 40]. Сьогодні ці можливості повною мірою використовують медійники, а з часом такі технології дедалі більше проникають у сферу медіадіяльності.

Будь-яка система, зокрема й медіа, не може функціонувати у вакуумі чи віртуальному просторі, адже потребує конкретного середовища. Феноменологічний підхід до комунікаційного середовища дає змогу розуміти його й у глобальному контексті, співвідносно з національним інформаційним простором, й у контексті локальних, дискретних виявів феномену, які так само визначаються умовами та особливостями функціонування, мають подібну чи типову структуру, можуть виникати чи зникати відповідно до потреб аудиторії й акторів, які забезпечують ці потреби. Наголосимо, що комунікаційне середовище не ідентичне інформаційному простору, оскільки передбачає низку чинників, які безпосередньо визначають його сутність: зазначену вже потребу створення й функціонування; систему каналів комунікації, систему цінностей чи смислів, які актуалізовані в контексті цього середовища й важливі для інтегрованої в нього аудиторії; моделі прийнятної комунікаційної поведінки та специфічну природу авторства [7].

Варто додати таку характеристику комунікаційного середовища, як здатність функціонувати у форматі несистемного явища, оскільки система передбачає взаємодію та взаємозалежність складників, а середовище може містити компоненти чи сегменти, які прямо не інтегровані як системотвірні чинники, але є помітним явищем у межах середовища. У загальному припущенні використаємо таку модель розрізнення: систему можна відобразити у формі графу (схема, блок-схема, загалом — цілісна модель), середовище за допомогою цієї методики описати не можна, оскільки наявні позасистемні елементи та чинники.

Трансформація медіасистеми, найбільш помітна через зростання ролі соціальних медіа, зумовила завдання створення локальних дискретних комунікаційних середовищ, які часто формуються на основі однієї ключової потреби та комунікації користувачів (учасників, суб'єктів і об'єктів комунікаційного впливу), що цю потребу забезпечує. Серед таких потреб частими є локалізації інформації (маємо пам'ятати, що інформація — це продукт, який передбачає певну технологію виготовлення, засновану на перетворенні органів чуття в знаково виражений об'єкт); оперативність подання інформації; конкретна соціально дражлива чи гостра тема; навіть окрема подія чи факт.

Для ілюстрації тез пропонованого дослідження було проведено спостереження за кількома телеграм-каналами, що об'єднують невеликі громади (до 2 тис. осіб), тобто є локальними середовищами. У межах цих спільнот часто відбуваються комунікаційні процеси, які локалізують окрему, не дуже значну кількість учасників відповідно до наведених типів. При цьому в телеграм-каналі або чаті в інших месенджерах, де це технічно доступно, можуть виділитися окрема гілка чи кімната, формуватися обмеження на обговорення чи навпаки, використовуватися моделі залучення більшої кількості учасників, часто маніпулятивні чи спекулятивні. Цінність цих спостережень полягає, на нашу думку, в можливості формування гіпотези про типову модель розвитку таких середовищ, причому її можна спостерігати і в каналах регіонального рівня, особливо якщо вони мають відкриті коментарі чи розгалужену структуру.

Регіональні медіа в проєкції комунікаційного середовища становлять не просто зменшену копію національної моделі — додаються важливі чинники реагування аудиторії, що ґрунтуються на актуалізації місцевих особливостей. До того ж попередні спостереження дають підстави говорити не лише про пріоритетність тематики, а й про увагу до матеріалів, що віддзеркалюють унікальну регіональну специфіку, формують певну "локальну героїку", важливу для ментальних особливостей українців у тому розумінні, про яке 25 років тому зауважувала М. Гримич [4]. Функціонування комунікаційних середовищ на рівні регіональних медіа (традиційних чи соціальних) значною мірою уможливило створення й актуалізацію фреймів як моделі просування соціальних цінностей чи стратегій розвитку. Доцільно навести думку Ю. Нагорної щодо використання фреймів у сучасній парадигмі медіа: "Під медіафреймуванням розуміють нині такий спосіб надання значущості певним подіям, коли подання їх підпорядковується наперед визначеній провідній ідеї або сюжетній лінії. Іншими словами, фреймування у медіа — це процес, за допомогою якого джерело комунікації, наприклад, редакція новин, визначає і конструє певну політичну проблему або суспільну суперечність" [11, с. 205]. І далі: "...за його [фреймінгу] допомогою медійники конструюють інформацію для аудиторії в певних смислових межах. Використання фреймінгу допомагає краще формулювати та добирати слова, які активізують сприйняття та реакцію аудиторії" [11, с. 210].

Така медійна практика, особливо в ситуації соціального напруження, може призводити до

моделювання смислів, а через них — і реальності, значною мірою змінюючи уявлення про дійсність, вибудовуючи світоглядну модель через смисли та зміст, що домінують у повідомленнях і втілюють стратегію акторів комунікаційного середовища. Власне, проблема для дослідників медіа не нова, наприклад О. Суська зауважувала про це 2017 р.: "Соціологія масових комунікацій однією з перших визначила територію "оманливості" нових медіасистем, закликаючи забезпечити "семантичні простори і горизонти смислів", включаючи для визначення проблем методологічні засоби і підходи постнекласичного соціологічного знання" [15, с. 200]. Акцентуємо: на той час технології штучного інтелекту не набули масового поширення й створення потрібного контенту вимагало більше часу та зусиль від суб'єктів комунікаційної діяльності; сьогодні ці технології доступні більшою мірою, а компетентність у використанні їхнього інструментарію стає дедалі очевиднішою потребою процесів соціалізації.

Цікаво, що розвиток системи регіональних медіа, навіть у сегменті соціальних медіа має менше можливостей до маніпуляцій на основі фактажу та змісту повідомлюваного саме завдяки тому, що комунікаційні середовища, в яких функціонують такі медіасистеми, досить вузькі, коло учасників охоплює чимало регіональних (місцевих) експертів та й не надто велике кількісно, що надає більше можливостей для перевірки чи критичного оцінювання інформації.

Висновки. Дослідження комунікаційного середовища в умовах трансформації медіасис-

теми передбачає увагу до регіональних медіа, які найбільш виразно віддзеркалюють динаміку таких середовищ. Їх функціонування зазвичай базується на ключовій парадигмі значень і смислів тематичного, ціннісного, локалізованого характеру. Спостереження за такими середовищами дають підстави констатувати високий рівень динаміки, зокрема й реагування на події чи ідеї. Соціальні медіа в цих процесах стають виразниками суспільних настроїв та оперативно подають відомості про поточну ситуацію. Неподиноками є випадки, коли традиційні медіа стають джерелом інформації для нових медіа-форматів, особливо в середовищі наноінфлюенсерів. Водночас процеси відбору інформації відповідно до потреб середовища та очікувань аудиторії є достатньо помітними, визначальними для комунікації.

Описана модель розвитку комунікаційних середовищ, зумовлена трансформацією медіасистеми в умовах війни, дає підстави прогнозувати не тільки дослідження категоріальних характеристик таких середовищ, а й визначає перспективу впровадження результатів цих студій у процес підготовки медійників. Ймовірність потреби в таких знаннях у випускників медійних закладів вищої освіти доволі висока, технологічна та професійна доступність інформаційної діяльності в локальних комунікаційних середовищах сьогодні не викликає сумніву, а розвиток цифрових технологій і систем із використанням штучного інтелекту зробить такі можливості буденністю в найближчій перспективі.

Список бібліографічних посилань

1. DESTIN: Журналістська освіта задля демократії в Україні: розробка стандартів, доброчесність та професіоналізм. *Destin*. URL: <https://www.destin-project.info/> (дата звернення: 30.01.2025).
2. Брадов В. В. Трансформація медіасистеми як фактор зародження ринкових відносин. *Психолінгвістика*. 2013. Вип. 13. С. 163—177. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2013_13_12 (дата звернення: 30.01.2025).
3. Бурдяк В. Вплив розвитку європейської інтеграції на трансформацію медіа Республіки Болгарія. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент*. 2019. № 7. С. 47—62. doi: <https://doi.org/10.31861/mediaforum.2019.7.47-62>.
4. Гримич М.В. Традиційний світогляд та етнопсихологічні константи українців (Когнітивна антропологія). Київ : [б. в.], 2000. 380 с.
5. Дженжебір О. М. Структурно-функціональна характеристика медіасередовища міст-супутників Києва : автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06. Київ, 2015. 16 с.
6. Довгаль С., Бутурліна О., Тухтарова Т. (2020). Філософські проблеми трансформації медіапростору під впливом цифрових технологій. *Грані*. 2020. № 23 (1—2). С. 40—48. doi: <https://doi.org/10.15421/172012>.
7. Корнєєв В. М., Білан Н. І., Сашук Т. І. Феномен проектування комунікаційних середовищ у методологічній проекції. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2024 р. № 3 (59). С. 4—13.
8. Куляс І. Підсумки моніторингу телемарафону "Єдині новини" й ефіру Першого каналу Суспільного за липень—вересень 2024 року. 24.09.2024. *Detector media*. URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/232566/2024-09-24-pidsumky-monitoryngu-telemarafonu-iedyni-novyny-y-efiru-pershogo-kanalu-suspilnogo-za-lypen-veresen-2024-roku-persha-chastyna/> (дата звернення: 30.01.2025).
9. Нагорна Ю. О. Інфотейнмент у регіональному новинному теледискурсі. *Communications and Communicative Technologies*. 2022. Вип. 22. С. 100—106. URL: <http://dx.doi.org/10.15421/292211> (дата звернення: 30.01.2025).

10. Нагорна Ю. О. Тематична парадигма новинних програм регіональних телеканалів в умовах російсько-української війни. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2023. № 4. С. 31—40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2023_4_6 (дата звернення: 30.01.2025).
11. Нагорна Ю. О. Фреймінг у сучасному регіональному новинному теледискурсі. *Обрії друкарства*. 2024. № 1 (15). С. 202—212.
12. "Опора": найпопулярнішими соцмережами в Україні є телеграм, ютуб та фейсбук. 16.07.2024. *DM Media Sapiens*. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/35557/2024-07-16-opora-naupopulyarnishymy-sotsmerezhamy-v-ukraini-ie-telegram-yutub-ta-feysbuk/> (дата звернення: 30.01.2025).
13. Професійний стандарт "Журналіст" внесено до Національного реєстру кваліфікацій. 30.01.2025. *Суспільне Мовлення*. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/profesiinyi-standart-zhurnalist-vneseno-do-natsionalnoho-reiestru-kvalifikatsii> (дата звернення: 30.01.2025).
14. Ромах О. Настільний посібник з методології дослідження соціальних комунікацій. Львів : ПАІС, 2020. 404 с.
15. Суська О. Сучасні підходи до еволюції комунікаційних процесів в контексті трансформації медіасистем. *Evropský politický a právní diskurz*. 2017. Sv. 4, Vyd. 2. С. 195—200. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evropol_2017_4_2_32 (дата звернення: 30.01.2025).
16. Тенденції розвитку медіа в сучасному світі. 30.05.2023. *Media Systems*. URL: https://media-systems.ua/news/media_trends_2023 (дата звернення: 30.01.2025).
17. Троян В. Дослідження: все менше українців хочуть дивитися телемарафон "Єдині новини". 07.11.2024. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/news/doslidzhennya-vse-menshe-ukrayintsiv-hochut-dyvutysya-telemarafon-yedyni-povnyu-i64764t> (дата звернення: 30.01.2025).
18. Цимбаленко Є. Тенденції трансформацій у медіакомунікаціях: глобальність контенту. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2016. IV (12), Issue: 76. С. 68—71.
19. Як трансформуються українські медіа у вогні війни. Лекція Діани Дуцик. 28.09.2022. *JTA*. URL: <https://www.jta.com.ua/trends/yak-transformuiutsia-ukrainski-media-u-vohni-viyny-lektsiia-diany-dutsyk/> (дата звернення: 30.01.2025).

Vitalii Kornieiev,

*Doctor of Social Communications,
Professor of the Department of Social Communications,
Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

Tetiana Sashchuk,

*PhD of Social Communications,
Assistant Professor of the Department of Social Communications,
Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

Communication environment in the context of media system transformation

The article examines the features of the functioning of communication environments in the context of traditional and new media's transformation, focusing on the specifics of building and developing communication environments in a situation of growing importance of regional media, and the importance of technological processes of information production.

The article analyzes the challenges faced by the Ukrainian media system as a result of the war and the trends in the development of the media system in these conditions.

Special attention is paid to the qualification of the features of the functioning of local communication environments and the formation of hypotheses for the study of these features.

It is concluded that the study of the communication environment in the context of the transformation of the media system involves increasing attention to regional media, which informatively reflect the dynamics of such environments.

Keywords: *media system transformation; regional media; communication environment*

References

1. DESTIN: Zhurnalistyska osvita zadlia demokratsii v Ukraini: rozrobka standartiv, dobrochesnist ta profesionalizm (n. d.). *Destin*. Available at: <https://www.destin-project.info/> (accessed: 30.01.2025).
2. Bradov V. V. (2013). Transformatsiia mediasystemy yak faktor zarozhennia rynkovykh vidnosyn. *Psykhohlinhivystyka*, 13, pp. 163—177. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2013_13_12 (accessed: 30.01.2025).
3. Burdiak V. (2019). Vplyv rozvytku yevropeiskoi intehratsii na transformatsiiu media Respubliky Bolhariia. *Mediaforum: analityka, prohnozy, informatsiinyi menedzhment*, 7, pp. 47—62. doi: <https://doi.org/10.31861/mediaforum.2019.7.47-62>.
4. Нрумьч М. В. (2000). *Tradytiinyi svitohliad ta etnopsykholohichni konstanty ukrainsiv (Kohnityvna antropolohiia)*. Kyiv: [b. v.].

5. Dzhenzhebir O. M. (2015). *Strukturno-funktsionalna kharakterystyka mediaseredovyscha mist-suputnykiv Kyeva*. Abstract of Ph.D. dissertation. Kyiv.
6. Dovhal S., Buturlina O., & Tukhtarova T. (2020). Filosofski problemy transformatsii mediaprostoru pid vplyvom tsyfrovoykh tekhnolohii. *Hrani*, 23 (1—2), pp. 40—48. doi: <https://doi.org/10.15421/172012>.
7. Kornieiev V. M. Bilan, N. I., & Sashchuk T. I. (2024). Fenomen proiektuvannia komunikatsiinykh seredovysch u metodolohichnii proieksii. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 3 (59), pp. 4—13.
8. Kulias I. (n. d.). Pidsumky monitoryngu telemarafonu "Iedyni novyny" y efiru Pershoho kanalu Suspilnoho za lypen — veresen 2024 roku. *Detector media*. Available at: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/232566/2024-09-24-pidsumky-monitoryngu-telemarafonu-iedyni-novyny-y-efiru-pershogo-kanalu-suspilnogo-za-lypen-veresen-2024-roku-persha-chastyna/> (accessed: 30.01.2025).
9. Nahorna Yu. O. (2022). Infoteinment u rehionalnomu novynnomu teledyskursi. *Communications and Communicative Technologies*, 22, pp. 100—106. Available at: <http://dx.doi.org/10.15421/292211> (accessed: 30.01.2025).
10. Nahorna Yu. O. (2023). Tematychna paradyhma novynnykh proqram rehionalnykh telekanaliv v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 4, pp. 31—40. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2023_4_6 (accessed: 30.01.2025).
11. Nahorna Yu. O. (2024). Freiminh u suchasnomu rehionalnomu novynnomu teledyskursi. *Obrii drukarstva*, 1 (15), pp. 202—212.
12. "Opora": naipopuliarnishymy sotsmerezhamy v Ukraini ye telehram, yutub ta feisbuk (n. d.) *DM Media Sapiens*. Available at: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/35557/2024-07-16-opora-naypopulyarnishymy-sotsmerezhamy-v-ukraini-ie-telegram-yutub-ta-feisbuk/> (accessed: 30.01.2025).
13. Profesiinyi standart "Zhurnalist" vneseno do Natsionalnoho reiestru kvalifikatsii (n. d.) *Suspilne Movlennya*. Available at: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/profesiinyi-standart-zhurnalist-vneseno-do-natsionalnoho-reiestru-kvalifikatsii> (accessed: 30.01.2025).
14. Romakh O. (2020). *Nastilnyi posibnyk z metodolohii doslidzhennia sotsialnykh komunikatsii*. Lviv: PAIS.
15. Susska O. (2017). Suchasni pidkhody do evoliutsii komunikatsiinykh protsesiv v konteksti transformatsii mediasystem. *Evropský politický a právní diskurz*, 4 (2), pp. 195—200. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpol_2017_4_2_32 (accessed: 30.01.2025).
16. Tendentsii rozvytku media v suchasnomu sviti (2023). *Media Systems*. Available at: https://media-systems.ua/news/media_trends_2023 (accessed: 30.01.2025).
17. Troian V. Doslidzhennia: vse menshe ukrainsiv khochut dyvytysia telemarafon "Iedyni novyny" (2024). *Institut masovoyi informaciyi*. Available at: <https://imi.org.ua/news/doslidzhennya-vse-menshe-ukrayintsiv-hochut-dyvytysya-telemarafon-yedyni-novyny-i64764t> (accessed: 30.01.2025).
18. Tsymbalenko Ye. (2016). Tendentsii transformatsii u mediakomunikatsiiakh: hlobalnist kontentu. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, IV (12 (76)), pp. 68—71.
19. Iak transformuiutsia ukrainski media u vohni viiny. Lektsiia Diany Dutsyk. (2022). *JTA*. Available at: <https://www.jta.com.ua/trends/yak-transformuiutsia-ukrainski-media-u-vohni-viyny-lektsiia-diany-dutsyk/> (accessed: 30.01.2025).

Надійшла до редакції 3 лютого 2025 року



ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 02:004.896:004.94](477)(045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2025.2(343).38-44

Наталія Гайсинюк,

кандидатка педагогічних наук, доцентка,

учений секретар Вченої ради КНУКіМ,

e-mail: n_gaysunuk@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-7959-9751>

Роботизація бібліотек: новітні розробки та практичні кейси

У статті розглянуто новітні розробки й конкретні практичні кейси, пов'язані з роботизацією бібліотечного простору та обслуговування у XXI ст.

Зазначено, що цифрова еволюція охопила майже всі галузі, зокрема й бібліотечну справу, і це особливо помітно в тенденції активного впровадження штучного інтелекту та робототехніки в бібліотечно-інформаційну діяльність на сучасному етапі.

На прикладі конкретних розробок і кейсів (мобільні роботи Фінч і Ліббі, робочий прототип Book Smile, проєкт "Comprehensive Access to Printed Materials", "робот-бібліотекар UJI" та ін.) доведено, що новітні