

Міністерство освіти і науки України
Карпатський національний університет імені Василя Стефаника
Факультет історії, політології і міжнародних відносин
Кафедра політичних наук

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти на тему:
«НОВІ МЕДІА ЯК КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ХХІ СТОЛІТТЯ»

Виконав: студент IV курсу
групи П-41
спеціальності 052 Політологія,
освітньої програми «Політологія»
Сегедин Дмитро Ігорович
Науковий керівник:
Матвієнків Світлана Миколаївна,
кандидат політичних наук, доцент

Івано-Франківськ - 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТЬ «НОВІ МЕДІА» ТА «КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ».....	5
1.1 Нові медіа: дефініції, ключові ознаки та соціальні функції.....	5
1.2 Категоріальна природа та типологія комунікативних технологій.....	16
1.3 Наукові парадигми та аналітичний інструментарій вивчення медіакомунікацій.....	26
РОЗДІЛ 2. НОВІ МЕДІА У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ.....	35
2.1 Трансформація масової комунікації та соціальні мережі як простір її реалізації.....	35
2.2 Альтернативні платформи політичної комунікації у конструюванні суспільних уявлень.....	47
2.3 Стратегічні виміри взаємодії держави та суспільства в цифровому середовищі.....	54
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66

ВСТУП

Актуальність дипломної роботи. Динамічний розвиток глобального комунікаційного простору у контексті першої чверті ХХІ століття спричинив перехід до змістовно нової моделі суспільної взаємодії, де основоположну роль відіграють нові медіа. В умовах України, мережеві платформи безповоротно закріпили за собою статус головного простору конструювання суспільно-політичних уявлень. Традиційна ієрархічна структура поширення інформаційного продукту поступово поступається децентралізованим організаціям, що як забезпечує новими можливостями демократичної участі, так і спричиняє появу викликів для безпеки та стабільності. Потреба розробки державою ефективних механізмів взаємодії із соціумом, спроможність протистояти маніпулятивним впливам альтернативних акторів та необхідність в етичному регулюванні цифрового простору моделюють нагальність наукового осмислення даної тематики.

Метою дипломної роботи є всебічний теоретичний аналіз нових медіа як комунікативних технологій ХХІ та визначення їхнього впливу на видозміну соціально-політичної реальності в Україні, а також аргументація стратегічних основ взаємодії між державою та суспільством у рамках цифрового середовища.

Завдання дипломної роботи:

- аналіз дефініцій, головних ознак і функцій нових медіа;
- дослідження типів та категоріальної природи комунікативних технологій у контексті сучасної наукової думки;
- вивчення трансформаційних процесів у масовій комунікації, де соціальні мережі є основним простором її реалізації;
- з'ясування ролі альтернативних платформ у формуванні суспільних очікувань.

Об'єктом дослідження є нові медіа в структурі сучасних масових комунікацій як засобу конструювання соціально-політичних відносин.

Предметом дослідження є функціональні характеристики, політико-соціальний потенціал та стратегічні механізми застосування нових медіа як комунікативних технологій в контексті взаємодії держави та суспільства в Україні.

Методологічна основа дослідження. У дипломній роботі використано такі методи, як структурно-функціональний (для вивчення архітектури нових медіа й визначення їхніх ключових функцій у сучасному суспільстві), системний підхід (для розгляду нових медіа як складної системи XXI століття) та порівняльний метод (для зіставлення типів активності офіційних урядових каналів та альтернативних акторів інформаційного середовища).

Наукова розробленість теми. Дослідження тематики нових медіа як комунікативних технологій XXI століття та їхньої ролі в формуванні новітньої соціально-політичної реальності знайшло втілення у працях таких вчених, як В. Арутюнян, Р. Базик, В. Бебик, Н. Білан, О. Гудзь, А. Демартино, Н. Зражевська, О. Косюк, М. Наумова, С. Петькун, В. Судакова, Т. Уварова, Р. Шаріпов, А. Янченко.

Теоретичне значення включає систематизацію наукових підходів щодо вивчення цифрових комунікацій, розширення понятійно-категоріального апарату, узагальнення аналітичного інструментарію при дослідженні мережевих структур та доповнення теоретичної бази знань щодо того, як комунікативні технології зумовлюють поведінкові моделі соціуму і трансформують основи політичного процесу.

Практичне значення передбачає визначення можливостей застосування отриманих результатів державними інституціями України у вдосконаленні механізмів стратегічних комунікацій, а також матеріали дипломної роботи можуть бути використані до написання статей, тез конференцій та магістерської роботи.

Структура роботи складається із вступу, двох розділів, що поділені на шість підрозділів, висновків та списку використаних джерел, що містить 38 найменувань. Загальний обсяг дипломної роботи 69 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТЬ НОВІ МЕДІА ТА КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ

1.1 Нові медіа: дефініції, ключові ознаки та соціальні функції

На сучасному етапі розвитку медіатехнологій у межах наукової спільноти не існує сталого та єдиного визначення поняття «нові медіа». Саме тому, задля успішного поступу даної роботи, варто звернутися до дефініції поняття «медіа». Отже, медіа — це сукупність способів та інструментів збереження і передавання інформації для аудиторії індивідуального чи масового характеру. До синонімічної складової даного поняття слід зараховувати такі словоутворення, як мас-медіа та засоби масової інформації, що в зарубіжній науці тлумачиться в значно ширшому розумінні, — зокрема, у контексті розповсюдження думок, ідей та інформації, що є однією із ланок людського життя, де методи і засоби донесення даних і є медіа. Такі матеріальні носії, як потоки бітів, електромагнітні сигнали, друкована продукція, надають доступ до ряду актуальних, а часто й ледь мислимих сторін буття цього світу. Цифровий характер медіа, що вони його набули, демонструє, що грані між матеріальними та нематеріальними реальностями здатні змінюватися на фундаментальному рівні. Медіа не рідко формують ті соціальні інститути, для котрих поширення медіапродукції стає суто виробничою та бізнесовою справою. Насамперед, під медіа розуміють засоби масової комунікації, однак таким тлумаченням дане поняття не вичерпується. Як доповнення до даного судження до медіа варто зараховувати різного типу служби і центри, поле зайнятості яких окреслюється збором, аналізом даних і наданням послуг інформаційного характеру населенню.

Однак ключовою умовою у розумінні природи медіа є їхня історико-технологічна еволюція. Винайдення друкарства започаткувало епоху преси, котра згодом була витіснена електронними медіа (радіо та телебачення). Сьогодні ж спостерігається домінування цифрової ери: розвиток інтернет-технологій призвів

як до трансформації традиційних уявлень про комунікацію, так і до появи феномену «нових медіа» [8].

Зважаючи на динаміку якісних змін інформаційно-комунікативних технологій, у наукових колах, як згадувалося раніше, досі не існує єдиного загальноприйнятого визначення «нових медіа». Саме тому в дослідженнях часто застосовуються такі терміни, як інтерактивні, мережеві, цифрові або інтернет-медіа. Однак термін «нові медіа» є найвдалішим при описі інтерактивних форматів та якісно нових засобів взаємодії авторів контенту та аудиторії, що принципово відрізняє їх від традиційної преси, радіо і телебачення.

Це, в свою чергу, дає можливість стверджувати, що, виходячи за межі традиційних уявлень про постачальників новин, нові медіа розглядаються як специфічний комунікативний феномен, який підштовхує користувачів до опосередкованого, віддаленого спілкування, роблячи їх генераторами інформації [5, с. 70].

На цій підставі нові медіа можна типологізувати на:

- соціальні медіа (блоги, соціальні мережі, медіахостинги);
- онлайн-ігри та віртуальні світи;
- професійні інтернет-медіа (інтернет-телебачення, інтернет-радіо та інтернет-видання: групи новин, сайти новин, сайти інформаційних агентств, онлайн-газети і журнали).

У соціальних медіа, на відміну від інтернет-медіа та онлайн-ігор, де створення більшої частини контенту виконується професіоналами, домінує змістове наповнення, створене користувачами. Також відрізняється перебіг взаємодії користувачів інтернет-медіа та соціальних медіа із контентом. В онлайн-медіа користувачі переважно виступають споживачами інформації, де інтерактивна складова їхньої діяльності проявляється у коментуванні та обговоренні розміщеного змісту. У соціальних медіа, у свою чергу, кожен користувач може відігравати роль автора контенту. Медіа онлайн-ового типу зорієнтовані на передачу даних та поширення інформації, тоді як головним завданням соціальних

медіа є реалізація процесу міжіндивідуальної комунікації. Саме здатність стимулювати суспільство до активної комунікації та об'єднувати користувачів у групи є тією якісною зміною, що трансформує нові медіа у соціальні.

Соціальні медіа, представлені сумою інтернет-платформ та сервісів, надають змогу користувачам комунікувати, споживати, творити і поширювати контент. Однією із характерних ознак соціальних медіа на сьогодні є їх персоналізація, що передбачає: полегшений пошук осіб, у веденні діалогу з якими зацікавлений користувач; створення груп за напрямками обговорення; вибіркову мережу інформаційного обміну; автоматичне отримання інформації, відповідно до інтересу користувача.

Глибоке взаємопроникнення веб-ресурсів та соціальних медіа, що спостерігається на сучасному етапі, підтримується інструментами наскрізної авторизації та інформаційними модулями для моментального обміну даними. Передбачається, що наступним кроком у якісній зміні буде розробка платформ для всецілого інтегрування, за допомогою котрим будь-яка активність користувача на зовнішніх сайтах відображатиметься в профілі. Поряд із стрімким зростанням популярності глобальних мереж фіксується підйом нішевих сегментів — спільнот, формування яких здійснюється на основі конкретних інтересів.

Динамічний розвиток у сфері мобільного зв'язку та перманентне вдосконалення девайсів зумовили еволюцію в доступі до інформації, що, як результат, призвело до виникнення мобільних версій більшості соціальних медіа. Зважаючи на те, що в теперішньому науковому дискурсі досі відсутня загальноприйнята типологія даних платформ, доцільним є застосування системи поділу за такими функціональними характеристиками:

- спілкування (традиційні соціальні медіа);
- репрезентація думки авторів медіаконтенту (блоги);
- збут медіаконтенту (колективне послуговування фото-, відео- та аудіоматеріалами);

- спільна взаємодія (платформи для ведення діалогу та обміну практичним досвідом);
- територіальна прив'язка (геолокаційні сервіси).

Простір, створений соціальними мережами, формує можливості для акумуляції ідей, самовираження та пошуку знайомств. Їхнє рольове підґрунтя базується на основі ознак, що віддзеркалюють еволюційний розвиток в організації мережевої взаємодії:

- наявність профілю із вичерпною інформацією, що спрощує ідентифікацію користувачів у мережі (персоналізація через акаунт);
- здатність формувати зносини та знаходити однодумців за спільними інтересами (соціальний пошук);
- одноосібне визначення кола спілкування за допомогою створення списків друзів та долучення до груп (незалежність організації середовища);
- способи створення та поширення унікального аудіо-візуального контенту (мультимедійність);
- можливість керувати доступністю інформації різних груп користувачів (контроль приватності);
- швидке та безперебійне розповсюдження оновлень серед визначених мережових зв'язків (автоматизована логістика);
- наявність внутрішньої інфраструктури прямої взаємодії без використання сторонніх засобів (вбудована комунікація);
- автоматична інтеграція активності спільнот та друзів в унікальну персоналізовану стрічку новин (злиття даних).

На противагу соціальним мережам, акцент яких зроблено на побудову зв'язків та комунікацію між особистостями, у блогах основним пріоритетом виступає виготовлення контенту. Такий відхід від фокусування на контактах до верховенства публікацій стає якісною перебудовою у структурі мережевої комунікації, де характерними рисами є: публікаційний центрзм (дописи виступають основою платформи, втрачаючи доповнюючий характер);

структурованість (лаконічно сформовані записи впорядковуються за принципом хронологічної зворотності — від найновіших до найстаріших); відкритість та діалоговість (публічність дописів у сукупності із можливістю коментування перетворює блог на реактивне середовище мережевого обговорення).

Ресурси, зорієнтовані на поширення мультимедійного контенту є однією із найважливіших складових екосистеми соціальних медіа. Їхній поділ слід здійснювати на основі типології панівних матеріалів:

- відеохостинги, що гарантують публікацію та перегляд відеоматеріалів (YouTube, TikTok);
- платформи для роботи із зображеннями, спрямовані на візуальний контент (Instagram, Pinterest);
- аудіомайданчики, зосереджені на прослуховуванні та обміні музичними треками та подкастами (Spotify, YouTube Music, Apple Music);
- накопичувачі новин та посилань, що забезпечують структурування інформаційних потоків (Flipboard, Digg, Delicious);
- сервіси для потокових відео, що дозволяють проводити трансляції у реальному часі (Twitch);
- архіви документів та презентацій, завданням яких виступає забезпечення доступу до графічних та текстових файлів професійного спрямування (SlideShare, Calameo).

Опційний потенціал цих ресурсів надає можливість будь-якому учаснику вибудовувати персоналізовані тематичні збірки. Інші користувачі, у наслідок наявності механізму підписок, здатні відстежувати оновлення таких колекцій, що реструктуризує процес накопичення контенту в інструментарну одиницю соціальної взаємодії [9, с. 95-97].

Визначена класифікація на типи та розгляд можливостей різномірних платформ робить можливим виділити подібні закономірності, прикметні усій сукупності нових медіа. Не зважаючи на природну різноманітність, ці ресурси

сполучені рядом ґрунтовних ознак, що окреслюють характер новітньої інформаційної взаємодії.

Першочергово нові медіа вирізняються орієнтацією на діалог та інтерактивністю високого рівня. Цифрові платформи такі, як інтернет-видання, інтерактивне телебачення чи соціальні мережі, створюють поле активної комунікації, в межах якого дописи користувачів зазвичай стають більш актуальними, ніж професійні журналістські матеріали. Рейтингова система надає новинним агенціям здатність підлаштовувати свої медіастратегії під запит аудиторії. Еволюція технологій позитивно впливає на розвиток блогів та відеосервісів, показовим прикладом яких є YouTube, де будь-хто володіє можливістю заснувати канал без приєднання до етерної сітки чи втручання рекламодавців. Обов'язки редактора, за таких умов, переймаються звичайними користувачами, що самотійно, за допомогою системи оцінювання, визначають наповнення інформаційного потоку. Така інтерактивність гарантує споживачеві доступ до обширної селекції, надаючи нові повноваження. Учасник сучасної онлайн-комунікації відіграє водночас роль і творця, і споживача, і редактора, руйнуючи, таким чином, усталені норми чіткого розподілу суб'єктів за опціональною складовою.

Іншою базовою ознакою нових медіа, що проявляється у вжитку портативних технологій у комунікаційній сфері, є мобільність. Завдяки безперервному прагненню до мінітюаризації та технічній модернізації створення легких і тонких девайсів, що за своїм функціоналом прирівнюються до персональних комп'ютерів, стало реальним. Мобільні пристрої сучасності трансформуються у мультизадачні смартфони, які сполучають у собі безперебійний доступ до мережі інтернет, потужний процесор та інструменти для фіксації і відтворення контенту. Новітній стан медіапростору визначається саме такими гібридними продуктами. Розгляд споживчої поведінки вказує на те, що такі традиційні опції зв'язку, як телефонні розмови чи обмін повідомленнями покроково поступаються новим типам активності: іграм, соціальним мережам, навігації та роботі з мобільними

додатками. Стрімко зростає кількість користувачів портативної техніки та постійне збільшення обсягів передачі даних. Генерація переважної частки світового мобільного трафіку, на сьогодні, відбувається через смартфони та планшети, де головний запит аудиторії сфокусований на споживанні відеоконтенту.

Черговою характеристикою медійного простору сучасності є взаємозаміщення форматів і можливість трансформації інформації з одного типу в інший (перетворення текстового документа в аудіозапис, наприклад). Це допустимо за допомогою повної дигіталізації, де кожен вид даних — відеокадр чи друковане слово — переноситься в цифровий код універсального характеру, що є зрозумілим для комп'ютерної системи. Дане технологічне підґрунтя гарантує поєднання різних медіа на одиничній платформі, трансформуючи сучасні веб-ресурси на мультимедійні платформи, що синхронно включають аудіо, текст, відео та інші типи матеріалів. Перебіг інтеграції різних форм комунікації супроводжується зміною не лише структури контенту, а й норм професійної кваліфікації фахівців галузі. Працівник сучасних медіа виконує роль широкопрофільного фахівця, до зобов'язань якого входить володіння навичками написання текстів, створення відео- і фотоматеріалів та розробки аудіороликів й інтерактивних додатків. Наслідком такого поєднання технологій є створення модифікованих жанрів та нових форм комунікації, адаптованих для портативних пристроїв. Це підтримує перманентне розширення граней глобальної цифрової інформації, що динамічно нагромаджується та масштабується у віртуальній реальності.

Не менш важливою ознакою технологічних рішень сьогодення слід вважати здатність забезпечення повної взаємодії між всіма пристроями, що опирається на прагнення до стандартизації та уніфікації. Запровадження універсальних протоколів передачі даних гарантує не тільки узгодити діяльність головного обладнання, а й дозволити синхронне живлення периферійних систем. Ця технологічна норма стала помітним феноменом не тільки в інженерії, а й у масовій культурі, призвівши до появи широкої гами багатоманітних пристроїв — від

побутових девайсів до опціональних накопичувачів пам'яті, котрі підключаються завдяки універсальним портам. Вдала модернізація цих інтерфейсів забезпечує підтримку сумісності між технікою різного покоління, роблячи цифрове середовище ціліснішим та більш зручним для користувача.

Фінальною характеристикою цієї групи є повсюдність, яка виявляється у регулярному розповсюдженні цифрових ресурсів у планетарному масштабі та їхній доступності для різних соціальних прошарків. Суспільна та політична стабільність неопосередковано залежить від скорочення інформаційного розриву між тими, хто виключений із сучасного діалогу, та тими, хто безперешкодно користується новітніми засобами комунікації. У межах розвитку інформаційного суспільства інновації в технічній сфері втрачають характеристику розкоші, стаючи базовою побутовою потребою, що гарантує рівні можливості отримання та поширення даних. Попри те, що доступ до інформаційного простору зберігається нерівномірним через економічні розбіжності між країнами, у загальній тенденції спостерігається спрямованість на подолання соціальних та матеріальних бар'єрів. Здатність послуговуватися цифровими технологіями стає керуючим фактором розвитку, заохочуючи до зростання аудиторії в усіх регіонах світу. Інтеграція нових медіа в організацію повсякденного життя трансформує їх в універсальний механізм взаємодії, що об'єднує користувачів без урахування їхнього соціального статусу чи географічного розташування [12, с. 71-72].

Перелік ознак нових медіа варто доповнити й іншими вагомими характеристиками, що розкривають суть їхньої природи в обставинах загальносвітового розвитку.

Осмислюючи єство існуючого комунікаційного простору, питання глобалізації неможливо опустити, адже саме вона є однією із ключових умов, що сформували напрям медіакультурного поступу. Взаємовплив цих явищ є двостороннім: в той час, як медіатехнології відіграють роль інструмента глобалізації, сам процес довершується за рахунок появи системи всеохопного зв'язку. Прояв глобалізації спостерігається не тільки у формуванні комунікаційних

мереж, а й у перманентній участі медіа в персональному просторі людини. На цій основі забезпечується відчуття постійного доступу до засобів комунікації та відкритості самого користувача для спостереження ззовні. В підмурках даного об'єктивного процесу закладені фундаментальні зміни в технічній сфері, в котрій роль каталізатора відіграло виникнення мережі інтернет. Еволюція глобальних механізмів передачі даних прямо вплинула на принципи взаємодії, зумовлюючи виникнення єдиного світового простору. Згенеровані в цифровому середовищі, форми глобальної комунікації примножують вплив медійних структур на процеси культурного характеру в усіх куточках планети. Таке якісне розкриття ознак сучасних медіа формує в очах наукової спільноти проблему можливості утворення унікальної культури, яка відрізнятиметься від традиційних форм на фундаментальному рівні. Через це, вивчення того, чи під силу цифровому середовищу створити незалежну культурну систему, є, наразі, найперспективнішим напрямом наукового пошуку.

До фундаментальних рис варто включити й модульність, що організовує внутрішню структуру цифрових об'єктів. Кожен продукт медійного середовища створений за допомогою незалежних складових, що зберігають свою самостійність навіть на високому рівні. Тобто, цілісний об'єкт складається із окремих одиниць, котрі можна зіставити з елементарними частинами, при цьому, маніпулюючи змістом так, що його трансформовані складові не руйнують загальної конструкції. Будь-який елемент цифрового середовища таїть у собі подвійну природу. З одного боку — це фрагмент більшого цілого, скажімо, вебсторінка на сайті, а з іншого — ця ж сторінка, яка виступає самостійним об'єктом, що й сам складається із ряду частин, таких як текстові блоки, векторні або растрові зображення. Така організація гарантує гнучкість у роботі з інформацією, де окремо взятий компонент може бути вилучений або скопійований до іншого об'єкта, роблячи процес створення та редагування контенту, таким чином, максимально динамічним.

Ключовим параметром цифрових медіа виступає автоматизація, суть якої зводиться до здатності виконання непростих операцій, в першу чергу, завдяки

наперед встановлених алгоритмів. Це забезпечує істотну оптимізацію процесу творення, обробки та поширення контенту. Програмне забезпечення для роботи з графікою, наприклад, надає можливість зберігати послідовність дій, дозволяючи використати ідентичні налаштування для редагування необмеженої кількості зображень. Такі програмні рішення надають доступ не лише до масової продукції, а й складного маніпулювання масовими потоками інформації без втручання індивіда у процес. Завдяки цьому робота у цифровому середовищі зводиться до творчої діяльності, тоді як виконання технічного аспекту передається системі алгоритмів.

Не варто виключати із переліку основних характеристик і варіативність, яка засвідчує про відсутність єдиної незмінної форми цифрового об'єкта. Продукт, у цифровому медіасередовищі, на противагу традиційним носіям, не є статичним, а його існування не обмежується одиничною версією. Наприклад, електронна мапа, що є однією й тією ж цифровою основою, дозволяє наносити необмежену кількість елементів, формуючи кожного разу новий, у залежності від потреб споживача, інформаційний продукт. Із цим процесом тісно пов'язаним є транскодування, що тлумачить суть трансформації медіа на комп'ютерні дані і їхнє подальше пристосування. Цей термін, формально, описує можливості прямого перенесення інформації з одного цифрового формату в інший. Однак у розширеному розумінні дане поняття включає глибші механізми взаємодії між комп'ютерною логікою та категоріями культури. В організації наявних медіа виділяють два рівні: суто технічний та змістовний, на яких процес транскодування гарантує їхній взаємозв'язок, а алгоритмічна обробка даних диктує нові види вираження смислів. За цією логікою нові медіа відходять від пасивного чи об'єктивного висвітлення реальності, надаючи перевагу відігравання ролі інструмента її повного конструювання, де об'єкт, що перебуває у її системі координат, є зумовленим наслідком програмного синтезу та культурного запиту [27, с 120-121].

Не менш важливою у переліку характеристик нових медіа залишається конвергентність, просте розуміння якої можна звести до позначення процесу злиття

до єдиного центру. Широке ж значення даного поняття з'ясовується у синтезі біо-, нано-, інформаційних та когнітивних технологій, що формують теперішній стан технічного, наукового та соціального розвитку. Конвергентність втілює засадничу рису новітнього етапу поступу знань, що полягає в об'єднанні окремих галузей, застосуванні комплексних систем методів та міждисциплінарній взаємодії. Дані технологічні процеси орудують чималим антропологічним та соціальним потенціалом, при реалізації якого вони фундаментально змінюють ареал існування людини та спосіб її взаємодії із іншими суб'єктами та світом. Конвергенція стає тим елементом, за допомогою якого об'єднуються розмежовані, до цього, сфери діяльності в цільну інтегровану систему, за межами якої різні види комунікації та технологічні платформи існували б у атомізованому стані [18, с. 9-12].

Отже, детальний аналіз теоретичних засад нових медіа дає підґрунтя розглядати їх не тільки як технологічну еволюцію засобів комунікації, а й як складну систему, що базується на засадах інтерактивності, мобільності, варіативності та докорінної дигіталізації контенту. Модульна будова та автоматизований характер алгоритмів формують передумови створення гібридних видів реальності, де технічний і культурний виміри безперервно взаємодіють. Водночас глобалізаційні тенденції та конвергентна природа цих технологій надають можливість нівелювати межі між різними сферами людської діяльності, фундаментально трансформуючи сам простір буття особистості.

Таке концептуальне переосмислення медіасередовища логічно спрямовує увагу на розгляд розуміння структурної специфіки цифрових платформ, що є основою для аналізу інструментів, які забезпечують взаємодію у даному просторі. Саме це обумовлює потребу в поглибленому вивченні комунікативних технологій, які розкривають потенціал нових медіа та формують специфіку сучасних інформаційних взаємин.

1.2 Категоріальна природа та типологія комунікативних технологій

Безпосередній аналіз новітнього медіасередовища вимагає попереднього чіткого окреслення термінології, що формує уявлення щодо принципів взаємодії у цифровому просторі. Фундаментальною проблемою в даному контексті є виділення предметного поля комунікативних технологій, адже цей феномен існує на перетині політології, соціології та інших гуманітарно-технічних дисциплін. Через це характер об'єкта обумовлюється термінологічними суперечностями: нерідко прослідковується одночасне застосування таких понять як «інформаційні» або «соціально-комунікаційні» технології. Однак ширшого обсягу, як варто зазначити, має термін «інформаційно-комунікативні технології», в межі якого включені не тільки засоби обробки даних, а й встановлення умов їхнього розповсюдження.

Специфічної уваги потребує й розділення понять «комунікативний» та «комунікаційний», що помилково ототожнюються. Деталізація смислового наповнення цих категорій забезпечує можливість стверджувати, що під поняттям «комунікаційний» часто розуміють спосіб зв'язку та технічні канали поширення, тоді як «комунікативний» носить ознаки безпосереднього процесу обміну інформацією і міжсуб'єктної взаємодії. Зважаючи на це, найбільш придатним для аналізу сутності інформаційної взаємодії виступає термін «інформаційно-комунікативні технології», акцент уваги якого випадає на змістовий аспект передавання даних у межах технічних структур.

Розгляд інформаційних технологій у науковому дискурсі часто зводиться до їхньої комплексної науково-технічної та інженерної природи, де механізми продуктивної організації процесів обробки і подальшого зберігання даних є пріоритетним напрямом аналізу. Такий технічно виражений характер даного підходу зазнає критичного оцінювання за своє ототожнення наукової дисципліни із неопосередкованим технологічним інструментарієм. Важливо не забувати про ієрархізовану структуру цих понять: інформаційні технології відіграють роль лише

одного із багатьох аспектів обширної системи інформаційно-комунікаційних засобів. Попри механізми обробки даних, вона включає медіатрансляції, телекомунікації, усі типи роботи із відео- та аудіоконтентом, а також розлогі функції мережевого управління та моніторингу.

В цей же час існує погляд на соціально-комунікаційні технології, за яким вони визначаються як прикладна сфера застосування знань про взаємодію для якісної еволюції об'єктів. Це наголошує на практичній складовій комунікації як здатності організовувати соціальний простір і здійснювати вплив у його межах.

Більш узагальнене розуміння інформаційно-комунікаційних технологій вимагає визнавати їх як комплекс засобів та програмно-технічних методів, які зібрані в гранях однієї системи. Наміром такого об'єднання є довершений цикл роботи з інформацією, початок якого обумовлюється її збором та обробкою, а кінець — поширенням та використанням в інтересах споживача.

Найбільш обґрунтованим серед запропонованих підходів видається погляд, який виразно розділяє технологію як практичний інструмент та як наукову дисципліну. Дане бачення пріоритезує прагматичний аспект — безпосередній трансформації об'єктів під час перебігу діяльності. Попри те, що в декотрих формулюваннях простежується певна надмірність термінологічного використання, основний вектор такого трактування цілком узгоджується із фундаментальним розумінням технології як засобу забезпечення досягнення суспільно важливих цілей. З огляду на такий контекст технологія виступає як реактивна організація, яка детермінується ступенем актуальних знань і рівнем їхньої ефективності для соціуму. Вона відіграє роль не тільки комплексу технічних засобів, а й раціонально вибудованої послідовності дій, спрямування якої формується на підставі одержання конкретного результату, що є наслідком суспільного запиту на відповідному етапі його еволюції. Від так, тлумачення інформаційно-комунікативних технологій повинне відбуватися із урахуванням їхньої інструментальної природи, яка включає реалізацію стратегічних задач у сфері соціальної взаємодії та обміну даними [11, с. 94-95].

Під поняттям «інформаційні технології» додатково слід розуміти цілісну систему, яка поєднує в собі виробничі цикли, методичні підходи та програмно-технічний інструментарій. Головною метою даної інтеграції є гарантування цілковитої життєздатності циклу даних: від їхнього збору і аналітичної обробки до зберігання, візуалізації та поширення. Ширше охоплення сенсів цього терміну визначається технологічними рішеннями, що уможливлюють комунікацію та роботу з інформацією та її потоками із врахуванням споживчого інтересу. Такі системи діють задля створення, реорганізації і використання контенту у формах різної природи — від текстових і звукових масивів до непростих графічних об'єктів і цифрових конфігурації. Поле їхнього застосування конструється як оперуванням громіздкими базами даних, так і вузькопрофільними напрямками (освітні простір, наукові дослідження, механізми автоматизованого проєктування, розробка інтелектуальних програмових рішень та управлінська діяльність).

Інформаційні технології, завдячуючи своїй універсальності, за рахунок впливу на політичну та економічну стабільність, безпекову сферу та культурне середовище, набувають стратегічного значення. Перестаючи бути суто полем високих технічних процесів, вони глибоко інтегруються у освіту, лінгвістику та побут, чим фундаментально змінюють спосіб сучасного життя. Динамічний розвиток цієї галузі, у супроводі конвергенції засобів масової комунікації та комп'ютерних мереж, наполягає на оновленому розумінні ролі інформаційної індустрії як одного з головних факторів суспільного устрою.

Проводячи аналіз засобів обробки даних можна відстежити чітку періодизацію, критерієм розмежування якої виступає панівний інструментарій. Впродовж тривалого часу, а саме до другої половини XIX століття, домінували ручні методи, серед яких основними способами фіксації та передачі знань залишалися чорнило, перо та паперові книги. В цей період комунікація не виходила за межі фізичного пересилання поштової кореспонденції, а основною метою залишалося наочне відтворення відомостей у відповідному виді.

Згодом, перейшовши до механічного етапу, характер якого зумовила поява телефонів, диктофонів та друкарських машинок, відбулося вдосконалення способів поширення повідомлень і процесу документування, попри те, що метою залишалася незмінна якісна презентація інформації. Середина XX століття, ознаменована появою електронних засобів, запровадила застосування перших великих обчислювальних машин, відповідного програмного забезпечення та копіювальної техніки, що змістила пріоритет в сторону формування змістового наповнення замість зовнішнього оформлення.

Розпочатий у сімдесятих роках минулого століття, електронний етап увів у вжиток системи автоматизованого управління та інформаційно-пошукові комплекси, де завданням технологій стає змістовне забезпечення підтримки процесів у сферах життя суспільства й аналітична робота. Персональні комп'ютери, що стали процесом цифровізації вісімдесятих років, сформували обширний спектр програмних продуктів та компонентів штучного інтелекту, що активно знайшли місце у підтримці ухвалення рішень фахівцями.

Сучасний же етап характеризується мережевими технологіями, роль підґрунтя яких відіграють локальні і глобальні поєднання обчислювальних потужностей. Наслідком широкого застосування можливостей інтернету в усіх галузях діяльності стала всеохопна та миттєва взаємодія, що спричинила до еволюції розуміння інформаційної індустрії, адже мережева комунікація виступає не тільки доповненням до комп'ютера, а й автономним простором існування сучасного суспільства.

Концепція нових інформаційних технологій, зумовлена популяризацією персональних обчислювальних систем, втілює запровадження змін, спрямованих на виявлення творчого потенціалу особи та покращення результативності її діяльності завдяки наявного технічного обладнання. Зважаючи на те, що фундаментальні методи і способи, взяті до поля цієї моделі, нероздільно пов'язані із комп'ютером, їхня ідентифікація зводиться до комп'ютерних технологій. Це дає

основу стверджувати, що інформаційні технології є довершеним процесом використання ресурсів, який охоплює пошук, накопичення та передачу даних.

На сьогодні інформаційно-комунікативні технології виступають стимулюючим фактором становлення громадянського суспільства та економічного розвитку, розширюючи конкуренцію, усуваючи інформаційну нерівність та гарантуючи ефективне творення, збереження та застосування даних. Попри мимовільне використання цього терміну в повсякденні, його синонімічне розуміння включає й інформаційні технології, що носять значно глибший зміст. Під патронажем інформаційно-комунікативної сфери об'єднуються не тільки обчислювальні механізми, а й аудіо- та відеообробка, медіатрансляції, телекомунікації й мережеві функції моніторингу.

Визначною рисою цієї системи, таким чином, залишається обчислювальна техніка — сума пристроїв та приладів, функціональне призначення яких зводиться до автоматизації складних розрахунків й оперування великої сукупності даних, де перетворення інформаційного ресурсу на базу сучасного світопорядку забезпечується технічними можливостями реалізації громіздких завдань у приватному житті, бізнесі та державному управлінні [13, с. 67-71].

В обставинах відходу від індивідуальної майстерності до організаційних процесів, специфічного значення набуває сприйняття самої суті технології. Її основоположною ціллю є виявлення чіткої логіки побудови найбільш економних та раціональних шляхів діяльності. Це явище у науковому дискурсі визначається як об'єднана сукупність знань про методи здійснення виробничого ряду. Попри те, що у традиційному розумінні поняття «технологія» подається як матеріальна сфера, етимологія самого слова поєднує «мистецтво» та «вивчення», вказуючи цим самим на універсальну ознаку поняття як розвитку вихідних даних у необхідний результативний стан.

Такий підхід забезпечує можливість виділити два рівні функціонування систем. По-перше, це теоретичне підґрунтя — обсяг знань, який дозволяє творити блага із доступних ресурсів. По-друге, — практична реалізація, де «абстрактна»

матерія проходить скрізь усталено визначений операційний механізм, трансформуючись у фінальний продукт чи послугу для споживання. Тобто, будь-яка технологія, й інформаційна зокрема, виступає послідовною реалізацією певного задуму, за яким теоретична ідея перетворюється в площину практичного застосування.

Особливе місце, серед широкого переліку інструментів людської діяльності, посідають саме комунікаційні технології. При розгляді культури, як глобального порядку взаємодії із навколишнім простором будь-який технологічний акт визначається, за своєю природою, комунікативним. Що важливо, саме технологізація уможливила перехід від особливого мистецтва, яке було доступне ліченим особам, до масової культури, де складні навички набуваються усіма. Фактично, момент відмови від особливого «дару» на користь загальних методів сконструював сучасні цивілізації та умови для їхньої подальшої безперервної еволюції [16, с. 54].

Огляд взаємодії соціуму із технологічним середовищем дозволяє виділити ряд антропологічних і етичних складових, які координують процес сучасної споживацької культури. За допомогою інструментарію гарантується забезпечення свобод задоволення індивідуальних потреб та формування не лише нового стилю життя, до моделювання якого входять конкретні виклики, що включають загрозу приватності, складні моральні дилеми та психологічну залежність від цифрових систем. Технічний простір, у теоретичному вимірі, постає як швидкоплинне середовище, що розкриває соціальні зв'язки та ціннісні засади громад.

Специфічного значення в межах цієї взаємодії надається подоланню цифрової нерівності. Захист паритетного доступу до технологічних резервів незалежно від соціальних ознак є умовою сталого поступу. Еко-правове регулювання інновацій виступає основою мінімізації юридичних ризиків, які здатні виникнути внаслідок стрімкого впровадження винаходів, що дозволяє адаптувати відповідні інститути до змін та скерувати потенціал технологій на досягнення суспільного добробуту.

Аналіз світового досвіду свідчить про становлення багаторівневих технік адаптації до цифрового трансформування. Серед них можна виокремити такі напрями теоретичного освоєння технологічного середовища як:

- етична стандартизація (формування регламентів, які забезпечують регулювання розвитку інтелектуальних організацій згідно із гуманістичними цінностями);
- правова захищеність (розробка комплексів для захисту персональних даних та конфіденційності у глобальних мережах);
- інфраструктурна інтеграція (розширення доступу до електронних державних послуг задля оптимізації управління);
- освітня модернізація (вкладання у розвиток цифрової грамотності населення як механізму ефективної взаємодії із новітнім простором).

Активізація інноваційних екосистем шляхом підтримки дослідницьких ініціатив сприяє як економічному зростанню, так і формуванню цифрового громадянства, що дозволяє стверджувати про те, що інформаційно-комунікативне середовище є інклюзивним простором індивідуального розвитку [19, с 67-68].

Особливості взаємодії у цифровому середовищі сформовані перш за все природою віртуальної реальності, котра фундаментально різниться від традиційних методів спілкування. Завдяки теоретичному аналізу можливо виокремити головні установки цього середовища: нематеріальний вплив, в межах якого сприйняття цифрових образів відбувається на засадах визначення їх як об'єктів реальності; умовність простору, параметри якого здатні штучно змінюватися; ефемерність, яка гарантує повну свободу входу в комунікацію та виходу із неї.

В таких умовах формуються специфічні комунікативні практики, яким властиві фрагментарність, активне застосування знакозамінення, симулятивність та пріоритезація конструювання певного іміджу. Нерідко це викликає прояви трансідентичності, коли індивід легко змінює самопрезентацію у мережевому середовищі.

Категоріалізація комунікативних практик в інтернет-мережі уможливорює розділити її на два великих типи: безпосереднє спілкування (обмін повідомленнями) та обмін змістовим наповненням (документами, мультимедійними файлами). В залежності від сфери реалізації, дані практики включають усі сфери людського буття — від побутових і розважальних, до освітніх і суспільно-політичних.

За рівнем активності суб'єкта та його можливостями впливати на інформаційне поле виділяють такі типи залученості:

- активна практика (користувач відіграє роль творця нових ідеалів, одноосібно генерує і поширює контент, активно висловлює власну позицію);
- реактивна практика (суб'єкт обмежує свою комунікацію ситуативним реагуванням на чужі повідомлення, стежить за дискусіями та висловлює думку щодо існуючого наповнення);
- пасивна практика (користувач не виявляє зовнішньої активності та впливу на перебіг подій, обмежуючись споживанням інформаційного продукту).

Ключовою складовою залишається етична спрямованість взаємодії, яку можна розділити на деструктивну і конструктивну практику. Остання виступає консолідаційною взаємодією, що ґрунтується на основі поваги, взаєморозуміння та суб'єкт-суб'єктного діалогу. Її прояви спостерігаються у спільному опрацюванні даних і обговоренні значущих проблем. На противагу їй, в цей же час, деструктивна практика зосереджена на маніпулюванні, поширенні дезінформації та розпалюванні конфліктів.

Ландшафт новітніх технологій гарантує різноманіття видів такої комунікації: від текстових повідомлень і електронної пошти до чатів, відеозв'язку та персональних блогів. Це формує багатосторонній простір, де від вибору типу взаємодії залежатиме рівень занурення у цифрову реальність [15, с. 7].

Із всього вище сказаного зрозумілим стає те, що класифікація новітніх інформаційно-комунікативних технологій повинна не обмежуватися суто

хронологічним принципом їхнього виникнення. Попри важливість критерію приналежності до сучасності, не менш вагомим аспектом є розвиток інструментів, котрі існували до цього. Новітніми, теоретичному вимірі, вважаються не лише ті технології, виникнення яких випало на теперішнє, а ті класичні способи впливу, що пережили фундаментальні зміни під егідою глобальної цифровізації.

Характерним прикладом такого пристосування є робота устрою управління інформаційним простором. На сьогодні виокремлюють низку технологій, мета спрямування яких зумовлена зміною архітектури взаємодії між суб'єктами. Цей ряд включає такі процеси, як:

- контроль над сприйняттям та межами, що забезпечує можливість формувати тон інтерпретації подій;
- руйнування інформаційної монополії та перерозподіл ваги учасників інформаційного простору;
- робота із патернами, зокрема героїкою, ворогами, сакральністю та історичними наративами;
- творення керованих масових об'єднань та маніпуляція із джерелами інформації;
- використання громіздких масивів даних та управління каналами комунікації для досягнення мети впливу.

Аналіз даних інструментів надає змогу класифікувати новітні інформаційно-комунікативні технології за їхньою цільовою спрямованістю. Відтак, можна стверджувати про три ключові лінії:

- технології як трансформація засобів комунікації (зосереджені на зміні каналів передачі даних);
- технології як корекція суб'єктів взаємодії (вплив на сприйняття учасниками інформаційного поля образів);
- технології як модифікація середовища (робота із окремими аспектами медіасередовища).

Така типологізація вказує на чіткий поділ і спеціалізацію новітніх інструментів комунікації, що наводить на думку, що кожна окремо взята технологія має свою специфічну область застосування та спрямована на досягнення мети в гранях аспектного поля [11, с. 96].

Підсумовуючи аналіз природи та класифікації новітніх інформаційно-комунікативних технологій, можна стверджувати, що вони подолали шлях від лінійних технічних засобів до непростих соціотехнічних систем. Сучасне інформаційне поле зумовлюється не тільки появою нових девайсів, а й ґрунтовною трансформацією способів управління інформаційним середовищем, де грані між технологічними інструментами та впливом є нечіткі. Поділ цих засобів забезпечує вплив на суб'єкти, канали та зміст взаємодії, будуючи нову цифрову реальність.

Розуміння цієї багатовимірної природи медіапроцесів наполягає не тільки на технічних знаннях, а й належної методологічної основи. Динамічність та складність сучасних мережевих практик та їхньої здатності впливати на глобальні соціальні трансформації моделюють необхідність використання системи наукових підходів. Задля детального аналізу механізмів взаємодії в медіапросторі варто звернутися до теоретичного базису, що гарантує можливість структурувати здобуті знання та визначити напрями подальших досліджень.

1.3 Наукові парадигми та аналітичний інструментарій вивчення медіакомунікацій

Рефлексивне опрацювання новітнього медіапростору вимагає апеляції до фундаментальних методологічних напрацювань, що гарантують можливість структурування різноманітних явищ цифрової комунікації в неподільній організації знань. Складність досліджуваного об'єкта полягає у його мультидисциплінарній природі, в межах якої медіа виступають множинною сукупністю, до ряду якої включено їхній соціально-інституційний, технічно-інструментарний та генераційно-символічний аспект. Ключовим підґрунтям розв'язання зазначеної проблеми слугує теоретичний доробок Д. Мак-Квейла, погляд на медіатеорію якого формує розуміння про неї, як про відкриту систему, що перебуває у постійному еволюційному процесі, який є відповіддю на соціальну трансформацію [34, с. 11-13]. Продуктом такої думки є вироблення теорії, в основу якої закладено твердження про те, що комунікація масового рівня не носить монолітний характер, а є комплексом ідей, що впливають із різних наукових традицій, зумовлюючи складність добору універсального аналітичного інструментарію.

Для формування змістовної аналітичної моделі варто перш за все з'ясувати рівень теоретизації, на якому, власне, відбувається дослідження. Базис наукового інструментарію медіакомунікацій будується на комбінації чотирьох видів знань, кожне окреме з яких виконує своє специфічне завдання у науковому пошуці:

- соціал-наукова теорія (застосовує емпіричні докази та об'єктивні методи аналізу, сприяючи оцінюванню фактичних масштабів впливу медіа на структуру суспільства);
- нормативна теорія (здійснює фокус на етичних орієнтирах медіа та їхніх суспільних зобов'язань, що є вкрай важливим для експертизи відповідальності цифрових платформ у світі);

- операційна (прикладна) теорія (досліджує специфіку закономірностей роботи медіасистем, професійних норм та послідовності виробництва контенту);
- повсякденна теорія (змальовує суб'єктивний користувацький досвід, сприяючи розумінню, яким чином особистість включає медіа у свій життєвий світ) [34, с. 14-15].

У цифровій епосі головним викликом залишається переосмислення бінарності медіоцентризму та соціоцентризму. В той час, як трактування медіа класичною соціологією XX століття відбувається їхньому інструментальному віддзеркаленні політико-економічної структури, то в умовах сучасної ситуації технологічний аспект набуває дедалі більшої автономії. Новітні платформи не тільки не обмежуються функцією трансляції соціальних процесів, а й виконують роль середовища їхнього зародження, чим зумовлюють необхідність застосування синтетичного підходу, котрий враховуватиме взаємозалежності суспільного контексту та технічних інновацій. При такому розгляді медіа постають активними агентами змін, характер можливостей яких свідчить про автономне моделювання соціальних інститутів [34, с. 81-84].

Трансформація лінійного способу комунікації у мережі призвела до значного розсіяння функцій медіа. В умовах мультиплатформності інформування, мобілізація та соціалізація набувають ознак інтерактивності високого рівня та глибинної персоналізації. Споживач інформації в обставинах сучасності відходить від ролі пасивного реципієнта, трансформуючись у активного суб'єкта, чий ступінь автономії у створенні та поширенні смислів наближається до абсолюту. Це, у свою чергу, вимагає включення нових категорій аналітики, таких як «автономія користувача», «соціальна присутність» та «ігровість», які уможливають відображення специфічної суті цифрового комунікативного простору.

В контексті теоретичного огляду особливої уваги слід уділити ідеї «медіа-екології», основою якій служить її розгляд як середовища інформаційного, цілісної екосистеми, де технологією визначається не тільки механізм передачі даних, а й

особливості когнітивного сприйняття реальності. Перехід до мережевої взаємодії конструює обставини, в межах яких традиційні способи контролю та ієрархії позбуваються своєї ефективності, витісняючись самоорганізованими цифровими спільнотами [34, с. 141-155].

Зважаючи на багатовимірність медіапроцесів, їхнє композиційне вивчення у межах даного дослідження пропонується втілити за допомогою трьох ключових наукових парадигм:

- структурно-функціональна парадигма: дослідження медіа здійснюється із погляду на них, як на масштабний соціальний інститут. У її межах аналізуються зв'язки медіаплатформ та інститутів влади, вивчаючи, таким чином, їхню роль у підтриманні соціальної стабільності чи, навпаки, у спонуканні до системних змін. Головний фокус тут зосереджено на оцінці функціональної складової медіа та їхнього впливу на масову поведінку;
- культурно-критична парадигма: концентрація уваги зосереджується на виявленні утаємничених символічних значень, ідеологічних структур та процесуальних практик, сформованих у медіатекстах. Даний підхід забезпечує здатність дослідити впливи вербально-візуальних образів на процеси конструювання соціальної реальності та ідентичності, а також їхню роль як способу маніпулювання чи панування у інформаційному полі;
- технічна парадигма: основою виступає ідея технологічного детермінізму, де характеристики і форма самого засобу комунікації сприймаються важливішими за його зміст. У обставинах, зумовлених даним підходом, аналізується інтерфейс, алгоритм і мережева організація, що змінюють спосіб структуризації суспільного життя, трансформують сприйняття особистості та утворюють якісно нові умови культурного функціонування.

Вказані парадигми формують необхідну методологічну рамку для подальшого огляду новітніх медіакомунікаційних практик, поєднуючи класичні норми теорії із викликами цифрової метаморфози.

В межах медіадосліджень структурно-функціональна парадигма формується на аналізі засобів масової комунікації як основоположного соціального інституту, який гарантує стабільність, координацію та саморегуляцію соціальних процесів. Розуміння медіа, в умовах соціал-наукового підходу, не зводиться лише до їхньої природи передавання даних, а й включає їхнє сприйняття як складної системної взаємодії, в межі якої вписано конкретні запити суспільства — підтримка порядку чи трансляція ціннісних орієнтирів, наприклад. Завдяки цьому можна стверджувати, що медіа є механізмом соціальної адаптації та стабілізації, що зумовлює тісний зв'язок між медіакомунікацією та реалізацією соціальних практик, забезпечуючи пристосування особистості до мінливості суспільного середовища. Комунікативна дійсність постає не лише як результат способів інформаційного обміну, а й сукупністю ключових механізмів відтворення соціальної структури. В даному контексті роль медіа зводиться до стабілізації системи, що врівноважує інтереси різних груп за допомогою суспільно-політичної і професійної практики.

Специфічного значення набуває розрізнення комунікативних практик на активні та реактивні. Активні практики забезпечують медіаінститути можливістю ініціації соціальних змін, формації актуального порядку денного, а також пропонують векторальний розвиток суспільства. Реактивні практики, в свою чергу, відстоюють необхідний зворотний зв'язок, підтримуючи адаптаційні процеси, пов'язані із запитами аудиторії та протистоянням деструкції соціуму. Така дуальна діяльність дозволяє медіа підтримувати соціальний консенсус на відповідному рівні, попри періодичну турбулентність [14, с. 147].

В обставинах, сформованих глобальними викликами, медіакомунікативна трансформація відбувається на підставі інструментального мультивекторального контролю за соціумом, прояв чого знаходить втілення у перманентному

спостереженні за суспільними процесами та активній побудові ціннісно-етичних рамок. Структурно-функціональна парадигма передбачає, що медіа зобов'язані гарантувати інформаційний захист соціуму шляхом попереднього блокування потенційних деструктивних впливів та посилення конструктивізму у соціальній взаємодії.

Характерними функціональними векторами тут виступають:

- інтегративний вектор (консолідація розрізнених соціальних прошарків довкола стратегічних цілей та універсальних цінностей);
- вектор соціалізації (постійна трансляція культурної спадщини та норм, забезпечуючи таким чином спадкоємність поколінь у трансформованому цифровому суспільстві);
- мобілізаційний вектор (медіаструктуральна здатність оперативного згуртування суспільства задля подолання кризового становища, що надає вагомого статусу медіа як ключовому елементу системи національної безпеки) [28, с. 53-54].

Варто зазначити, що аналіз медіа як інституту соціального неможливий без розгляду їхньої взаємодії із політико-економічними підсистемами. Виконуючи функцію легітимації владних інститутів, вони забезпечують прозорість їхньої діяльності та формують умови для публічного діалогу. Однак вказаний взаємозв'язок є двостороннім: соціальна організація продукує специфічні запити на певні види медіапрактик, безпосередньо впливаючи на еволюцію комунікаційних каналів і форматів, що підтверджує твердження про те, що медіа є не лише відображенням суспільства, а й його будівничим [14, с. 148].

Соціально-науковий підхід, поряд із позитивним впливом, враховує і виникнення системних дисфункцій. Випадки, коли медіа відіграють роль чинника дезорієнтації аудиторії, підживлюють соціальну напругу чи застосовуються з метою маніпулятивної метаморфози громадської думки, слугують свідченням про порушення функціонального балансу. Подолання таких явищ потребує

модернізації механізмів соціальної відповідальності та підвищення ступеня медійної грамотності як опції збереження стійкості всієї структури [28, с. 54-55].

Окремою компонентною складовою дослідження є трансформація професійних комунікативних практик. У новітніх обставинах професійне середовище висуває ряд вимог до медіа, закликаючи до відходу від простої трансляції фактів до їхньої глибокої експертної інтерпретації, що посприяло б розвитку інтелектуального капіталу. Така професіоналізація медіапрактик виступає запобіжником проти хаотизації медіапотоків, гарантуючи високу якість соціальної взаємодії [14, с. 148-149].

Основою для культурно-критичної парадигми, у свою чергу, виступає аналіз медіа як простору, у якому точиться постійна боротьба за смисли. Тут, на відміну від соціально-наукового підходу, розгляд ролі медіа не ґрунтується на їхньому розумінні як нейтральних каналів трансляції інформації, а як творця символічної реальності. Пріоритетом у дослідженні визначається виявлення прихованих ідеологічних конструктів, що інтегруються у медіанापовнення за допомогою складних мовних та візуальних кодів.

В межах даної парадигми ключовим аспектом аналізу є процес тропеїзації — застосування метонімії та метафор з метою структурування людського досвіду, де метафора трансформується із художнього засобу в фундаментальний когнітивний конструкт, дозволяючи аудиторії осмислити непросту політико-соціальну дійсність через зрозуміліші образи. Таке смислове проєкціонування формує специфічну «ментальну карту», функцією якої є спрямування сприйняття подій у відповідному ідеологічному векторі. Ефективність культурно-критичного аналізу посилюється завдяки розгляду рамкового функціонування тропів. Медіанापовнення встановлює певні грані, що вимушено привертають увагу до певного елементу реальності, ігноруючи інший. Використання концептуалізованих метафор у висвітленні глобальних криз, зокрема, надає медіа здатність як інформувати, так і програмувати реципієнта, налаштовуючи його на певну оціночну позицію [6, с. 217-218].

Окремий компонент парадигми пов'язаний із діяльністю метонімії як механізму ідентифікації та маркування. У медіапросторі сучасності метонімічні перенесення застосовуються у контексті образотворчого процесу, результат якого включатиме поділ на «свого» та «чужого». У політичному дискурсі це особливо помітно, з урахуванням того, що перенесення специфічних особливостей із особи на інститут, або ж навпаки, уможлиблює реалізацію евфемізації чи стегматизації об'єкта. Вказані мовні стратегії є основою для побудови національної ідентичності та підтримки ідеологічної сталості суспільства за обставин зовнішніх загроз [3, с. 17; 6, с. 220].

Сучасний етап розвитку культурно-критичної парадигми характеризується переходом до аналізу деструктивних аспектів медіавпливу. В умовах цифрової трансформації мова стає засобом, інструментарій якої включає метафори та метонімії як способи, що здатні деформувати реальність поширенням дезінформації та поляризації суспільства. Основою маніпулятивної особливості тропів є спроможність оминати критичні фільтри свідомості, що забезпечується апеляцією до архетипів та підсвідомих асоціацій. Тут же значної уваги приділено і розгляду мультимодальних текстів. Взаємодія вербальних та візуальних символів (меми, відеоконтент, інфографіка) культивує нові форми медіареальності, де зображення відіграє вагомішого значення, ніж логічно обґрунтований аргумент. Візуальна метафора володіє надзвичайною швидкістю поширення в соціальних мережах, що дозволяє миттєво трансформувати думку соціуму, надаючи їй, таким чином, ключове місце серед об'єктів критичного аналізу.

Фінальним елементом у розгляді зазначеної парадигми є питання етико-критичної спрямованості. Осягнення механізмів тропеїзації дозволяє не тільки виявити маніпуляцію, а й побудувати стратегію когнітивного опору. Аналіз ідеологічного підтексту медіаповідомлень стає необхідною нормою для збереження автономного стану особистості у рамках тотальної медіатизації культури [6, с. 219-222].

Технічна парадигма ґрунтується на постулаті про вирішальну роль технологічної інфраструктури у вибудові комунікаційного процесу. Головним об'єктом аналізу тут виступає не смислове наповнення повідомлень, а технічні параметри медіаплатформ: їхня конструкція, алгоритмічні рамки та здатність до інтеграції. Новітній медіапростір являється мультиплатформною екосистемою, в ареалі якої технологія прорисує логіку створення та споживання контенту.

У сучасному дискурсі мультиплатформність розглядається не тільки як механічна можливість відтворення інформації на різних носіях, а й як стратегія адаптації контенту до особливих вимог цифрового середовища. Планування соціальних мереж формує перехресні зв'язки, де контент змінюється в залежності від технічних особливостей майданчиків — від недовготривалого візуального повідомлення у мініблогах до розлогих довгочитів. Мультиплатформність також включає використання профільних сервісів (подкасти, онлайн-трансляції, відеочати), кожен із яких утворює простір для спілкування. Технічний базис зумовлює атмосферу комунікації: від офіційності спеціалізованих мереж до ігрового характеру розважальних платформ. Така типологізація гарантує максимальне охоплення аудиторії та постійність комунікативного потоку.

Важливою складовою є технологічна конвергенція, що призводить до поєднання раніше самостійних медіаканалів в єдине середовище. За такої організації технічні параметри — миттєвість передачі даних, алгоритми сортування інформації та інтерфейні рішення — стають редакторами, невидимими для людського ока, визначаючи віральність повідомлень і стан залученості суб'єктів.

У межах даної парадигми також відбувається переосмислення ролі користувача, розгляд якого здійснюється на підставі його активності у медіасистемі. Реципієнт, за допомогою двосторонності каналів зв'язку та механізму миттєвої публікації, перетворюється на співтворця контенту. Архітектура платформ підштовхує до активності інтерактивності високого рівня, де кожна дія користувача, уособлена в коментарі чи репості, стає частиною алгоритму, що керує поширенням інформації

Автономність суб'єктів у середовищі забезпечує самостійну роботу каналів одержання інформації та модерації персоналізованих трічок новин. Однак така незалежність обмежена технічними умовами: фільтри алгоритмів скоординовують увагу користувача на контент, підбір якого здійснено на основі попередньої активності, форсуючи ефект «технологічної залежності» від логіки платформи.

Варто зазначити, що технічні характеристики нових медіа, такі як нематеріальність та ефемерність, трансформують природу комунікативного акту. Умовність параметрів визначають віртуальний простір, в якому час і відстань нівелюються технологічною здатністю миттєвого з'єднання. Це, в свою чергу, призводить до панування візуальних та мультимодальних типів комунікації, що є ефективнішими при обставинах дефіциту уваги користувача.

Віднедавна акцент технічної парадигми зосереджено на ризиках, пов'язаних із алгоритмізацією медіасередовища. Алгоритми соціальних мереж не носять нейтрального характеру, вони програмують соціальні реакції, виділяючи найбільш емоційно насичений контент задля покращення показників залучення, що створює загрозу дезінформації, яка в умовах моментального поширення унеможливорює попередню верифікацію [18, с. 33-38].

Узагальнюючи ключові теоретичні підходи, виникає можливість для розгляду сучасних медіакомунікацій як складної системи, в межах якої поєднуються інституційна оперативність, символічні смисли та технологічна структура. Структурно-функціональна парадигма трактує медіа як спосіб суспільної регуляції, культурно-критична — як інструмент ідеологічного впливу, а технічний підхід наполягає на визначальній ролі цифрових платформ у конструюванні взаємодії акторів. Відтак, медіа трансформувались у автономне середовище, де активно моделюється соціальна реальність. Дане розуміння виступає теоретичною основою для подальшого аналізу практичного функціонування новітніх комунікативних систем та їхнього впливу на соціально-політичні процеси в рамках цифровізації.

РОЗДІЛ 2. НОВІ МЕДІА У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

2.1 Трансформація масової комунікації та соціальні мережі як простір її реалізації

Перехід від теоретико-методологічного аналізу визначення понять нових медіа до розгляду їхнього впливу на конструювання сучасної політико-соціальної реальності вимагає детального дослідження становлення та подальшого розвитку цифрового комунікаційного простору. Виникнення новітніх медіа було не лише технологічним зсувом, а й знаменням докорінної перебудови архітектури суспільних відносин. В даному процесі точкою відліку слід вважати винайдення мережевих структур, які інтегрували розрізнені обчислювальні потужності в єдину систему, а також введення в обіг персональних комп'ютерів із вбудованим графічним інтерфейсом користувача. Саме завдяки появі можливості взаємодії із машиною, характерною рисою чого є візуальна зорієнтованість, відбулася трансформація ролі індивіда: функціонал пасивного оператора, чий дії зумовлені попередньо визначеними алгоритмами, заміщується активною суб'єктністю, основа якої формується на підставах автономного проєктування норм комунікаційної взаємодії та розробці програмного забезпечення з урахуванням соціально-цільової специфіки.

На ранніх етапах еволюції мережева комунікація обмежувалася національними «кордонами» та переважно текстовим форматом. Кожне рольове завдання, не залежно від того чи це електронна кореспонденція, чи інформування вузької аудиторії, вимагало застосування окремо взятих програмних продуктів, що обмежувало цілісність інтеграційних заходів на точках дотику мережевих вузлів. Якісно ситуація змінилася з появою інтернету як глобальної «мережі мереж», що, із запровадженням уніфікованих правил передачі даних та введенням концепції гіперпосилань, надало як технологічну сумісність обладнання різних держав, так і змістило акцент із поєднання апаратних засобів на поєднання сутнісно споріднених

інформаційних одиниць. Це створило прецедент для зберігання та миттєвого поширення складним мультимедійним контентом.

Роль фундаментального чинника демократизації цифрового простору відіграла поява перших інтернет-браузерів. За рахунок синтезу зображення, звуку та відео в єдине поле сприйняття, згадані інструменти посприяли інтуїтивній зрозумілості навігаційній діяльності в мережі. Таким чином, трансформація інтернету відбулася на підставі відходу від вузькоспеціалізованої моделі до засобу повсякденного вжитку, що почав системно зумовлювати вплив на когнітивні моделі взаємин людини та навколишньою дійсністю. Не зважаючи на стримуючі фактори (висока вартість обладнання та обмежена пропускна здатність каналів зв'язку) на початкових етапах експансії мережі, поступова мініатюризація технологій та покращення матеріальної складової дозволили подолати ці бар'єри. Збільшення обсягів пам'яті та швидкості передачі даних призвело до абсолютного оцифрування медіа попереднього покоління: традиційні друковані видання, аудіовізуальний контент та телевізійні записи або поглинулися цифровою платформою, або замістилися їхніми мережевими аналогами.

Специфічної особливості набула й портативізація засобів зв'язку. Із урахуванням повсюдного поширення девайсів та модернізації радіокомунікаційних мереж, доступ до глобальної мережі став безперешкодним, перетворивши інтернет на механізм масової миттєвої комунікації, характер якої наближений до абсолюту. В даних обставинах соціальні мережі відіграють роль каталізатора безповоротної руйнації монополії великих медіакорпорацій на виготовлення та збуту сенсів. Вони зруйнували жорсткий двоподіл між відправником-автором та реципієнтом-авдиторією, надавши кожному користувачу статус творця контентного наповнення.

Сучасна всесвітня мережа працює за принципом складного збірного медіа, що поєднує можливості усіх попередніх типів зв'язку. Вона дозволяє передавати повідомлення у найприроднішому вигляді, нівелюючи фактор географічної віддаленості та зводячи до мінімуму часові рамки між актом мовлення та його

сприйняттям. Однак таке підвищення порогу комунікативних процесів має глибинний вплив на соціальну конструкцію суспільства. Розмаїття можливостей віртуальної взаємодії парадоксальним чином обумовлює саомаргіналізацію індивіда, його самовідчуження від традиційних інститутів — сім'ї, сусідської спільноти, локального колективу. Сучасний суб'єкт усе інтенсивніше ідентифікує себе з мережевими групами за вподобаннями, члени, що входять до них, можуть бути фізично віддаленими, анонімними або позбавленими впливу у реальному житті. Це призводить до перенаправлення часового активу на користь взаємодії із віддаленими або нереальними персонажами, пропонуючи безкінечну кількість альтернатив щодо ідентичності та стилю життя.

Сучасний етап поступу формується на засадах перегляду кордонів на лінії приватне-публічне життя. Перебіг навчання, праці, розваг і побутових справ відбуваються із включенням їх у мережевий простір. Достатньо високий рівень інтерактивності забезпечує можливості підлаштування медіапростору під індивідуальні потреби кожного, що конструює умови максимальної персоналізації інформаційного середовища. З однієї точки зору, це створює умови перебування у медіапросторі зручними, а з іншої — підсилює атомізацію суспільства, адже групи та спільноти розпадаються на саомбутніх індивідів, що існують у межах власних «інформаційних бульбашках». За таких чинників засоби масової комунікації залишаються чи не єдиним способом зв'язку особистості із глобальним процесом, втілюючи для неї образ реальності. Однак дане втілення залишається фрагментарним та опосередкованим алгоритмом, який формує персоналізовану версію навколишнього світу [25, с. 44-45].

Надважливою умовою ефективної діяльності особи в системі сучасного інформаційного суспільства є вироблення специфічного виду культури — медіакультури. Вона постає не тільки як результат попередньо накопичених знань, а й основоположний чинник визначення вдалого процесу адаптації та соціальної інтеграції суб'єкта в умовах динамічного соціуму. Зважаючи на те, що новітнє суспільство є проекцією глобального медіасередовища, сучасна медіакультура

виступає цілісним, самодостатнім конструктом, що формує власний унікальний простір, робота якого здійснюється на засадах безперебійного обміну інформаційними потоками. Дане середовище інтенсивно впливає на ціннісну ієрархію особистості, моделюючи її культурно-психологічні пріоритети та трансформуючи взірець соціальної поведінки. Медіакультура, як автономна галузь людської діяльності, включає як культуру продукування і трансляції сенсів, так і культуру їхнього сприйняття. Вона виконує роль показника розвитку індивіда, що втілює його вміння не тільки пасивно споживати, а й критично аналізувати, об'єктивно інтерпретувати та одноосібно створювати медіатексти, наповнюючи медіасередовище новим знанням.

Медіакультурний феномен утворює принципово новий простір життєдіяльності — альтернативну реальність, що споряджає особистість інструментарієм, принагідним для активної самореалізації в інформаційному середовищі та ефективного застосування технологічних досягнень [1, с. 229-231]. З урахуванням розгалуженої системи засобів масової комунікації відбувається процеси формування індивідуальної специфічної медійної рамки світосприйняття та залучення споживачів інформації до активної громадянської участі, підштовхуючи до освоєння різноманітних соціальних ролей. Сучасний етап осмислення сутнісної природи та закономірностей розвитку суспільних відносин, що перебувають у сфері впливу цифрових комунікацій, підкреслює потребу концептуального пошук лінію вибудови новітньої медіареальності, яка постає як продукт синтезу медійних, технологічних та соціальних інновацій, притаманними ознаками яких є внутрішня суперечливість і складне сполучення інструментарію впливу на соціум.

На сьогодні спостерігається реструктуризація мереж медіаспоживання, де пріоритетність надається новим медіа, що пояснюється детермінованим впливом експансії цифрових технологій у всі сфери життєдіяльності. Пожвавлення інформаційного цифрового формату надає підстави для поступової деградації попиту на класичні медіаплатформи. Заразом, варто зазначити, що для певної ніші

авдиторії консервативні медіа, всупереч їхній обмеженій однобічній спрямованості комунікації, зберігають за собою статус найбільш верифікованих та релевантних джерел інформації.

Структурним елементом модерної медіареальності є розгалужена мережа, що включає:

- платформи мережевої взаємодії та соціальні мережі: X (Twitter), Facebook, Instagram (базовий простір особистісної самоактуалізації);
- інструментарій геолокації та пошукової оптимізації: All4geo, AlterGeo, FourSquare;
- сукупність інтерактивних сервісів та платформ для накопичення колективного досвіду: WikiAnswers, Yahoo!Answers, Google Answers;
- засоби моментальної індивідуальної комунікації: Viber, WhatsApp, Snapchat, Telegram;
- мультимедійні хостинги та сервіси соціальної каталогізації: YouTube, Vimeo, Twitch, Spotify, Pinterest, TikTok;
- Цифрові енциклопедичні та довідкові ресурси: Wikipedia.

Вказана медіареальність гарантує здатність комунікації всіх контактних груп із державними інститутами та громадянським суспільством на якісно новій zasadі. Це, в свою чергу, сприяє своєчасному формуванню неоднорідних за інтересами спільнот, розбудові позалінійних комунікаційних ланцюгів та стимулюванню цифрової участі через систему коментування, вподобайок та ретвітів. Важливими маркерами становлення такого середовища в контексті цифрової трансформації є:

- масштабне розширення аудиторії: охоплення новими медіа наближається до половини населення планети за одночасно стрімким зростанням частини користувачів месенджерів;
- конвергентність ресурсів: поєднання зовнішніх вебсайтів із соціальними платформами та подальше виникнення спеціалізованих хабів;
- персоналізація та вибірковість: переважання селективних механізмів обміну інформацією та індивідуалізація соціальних медіа;

- трансформація модальності контенту: домінування аудіовізуальних засобів над текстовим форматом та розширення здатності інтелектуального пошуку;
- інституційна адаптація: активніше послуговування державними установами соціальними мережами задля налагодження зворотного зв'язку, а суб'єктами бізнесу — для втілення стратегій цільової комунікації та стимулювання лояльності споживача.

Новітні тенденції зумовлюють формування медіареальності, в якій виникає однорідний медійний соціальний простір, де суб'єкти акумулюють специфічно забарвлений комунікаційний досвід. Це трансформує ціннісні установки середовища, впливаючи на етичні норми, стандарти безпеки та поріг демократизації суспільних процесів. Еволюційна модернізація моделей поведінки держави та соціуму, вписаних в межі даної рамки, повинне ґрунтуватися на принципах відкритості і поваги до плюралізму поглядів та невідступного дотримання прав людини.

Істотного значення в контексті нівелювання конфліктогенного потенціалу новочасся має інтерактивність нових медіа, що гарантує верифікацію суспільних запитів та відповідальність за функціональну складову між державою, бізнесом та населенням. Пройшовши еволюцію від допоміжного технічного інструментарію до механізму соціального конструювання, цифрові технології змоделювали новий когнітивний фундамент сприйняття дійсності. Триваюча епоха цифрової трансформації оновлює сприйняття таких характеристик, як гіпертекстовість, мультимедійність, та потоковість споживання, водночас наголошуючи про створення нових ризиків: анонімну деструктивність, маніпулятивні впливи та деградацію відчуття реальності.

Зміна моделі публічності призводить до анулювання раніше латентних тем (корупція, соціальна несправедливість, булінг), що ставить перед суб'єктами управління вимогу опанування новітніх методів стратегічної комунікації. Тобто, соціальні мережі виступають простором втілення трансформаційних процесів, що

змушує учасників медіакомунікативних взаємин переглянути власні ролі та можливості в контексті глобальної цифровізації [10, с. 341-343].

В рамках зазначеного проблемного поля, де цифровізація обумовлює виникнення маніпулятивних ризиків та ерозію відчуття реальності, актуальності набуває дослідження внутрішньої системи діяльності цифрових платформ. Динамічне розширення соціальних мереж та месенджерів докорінно видозмінюють архітектуру міжособистісних взаємин та алгоритмів доступу до інформації, надаючи цим інструментам ролі головних джерел новинного наповнення. Для фундаментального аналізу того, як дизайн та технічні параметри платформ упорядковують комунікаційні практики, доцільно звернутися до концепції медіаможливостей, що дозволяє розглянути цифровий простір не як статичний об'єкт, а як описове середовище, в якому властивості технології вступають в контакт із навичками та суб'єктивним досвідом користувача.

Основоположна типологія медіаможливостей, розроблена в межах соціальних медіа, виділяє чотири головні детермінанти, що формують нові моделі поведінки, раніше недосяжні за умов технічної нерозвиненості:

- видимість: надання платформами публічності діям, комунікативним актам та інформаційним нашаруванням у цифровому просторі;
- постійність: створення тягlosti інформаційного сліду за рахунок звернення користувача до минулих дій (досягається завдяки архівації контенту);
- можливість редагування: співвіднесення із процесом менеджменту вражень за допомогою інструментарію перегляду та внесення корективів до контентного наповнення на етапах розробки та безпосередньої публікації;
- асоціація: здатність медіа візуалізувати та підтримувати зв'язки між користувачами, групами та конкретними повідомленнями (досягається через механізми підписок, тегів та мережових статусів).

Наступна теоретична систематизація будується на взаємодоповнюючих підходах щодо розуміння даних можливостей. Їхня варіація включає як екологічну психологію (простір сприймається відповідно до навичок індивіда) та дизайнерський підхід (координація дій користувача за допомогою інтерфейсу), так і комунікативно-соціальний конструктивізм. Специфічної уваги потребує усвідомлення того, що цифрові платформи несуть «приховані можливості», ряд яких часто виявляється користувачем всупереч задуму розробника. Взірцем тут може слугувати трансформація месенджерів (WhatsApp та Telegram) із засобів приватної комунікації в канали збуту та споживання новин.

Специфічний набір медіаможливостей окремо взятої платформи взаємопов'язаний із ризиками виникнення «інформаційних бульбашок». Практичне застосування Telegram (зокрема на прикладі українського досвіду) свідчить про те, що користувача перш за все приваблює швидкість доступу та соціальної інтегрованості. Однак саме через це виробляється тип пасивного споживання новин, також відомий як «news grazing» — поверхнєве ознайомлення із заголовками в загальному інформаційному потоці. Такі закриті системи, як WhatsApp, в межах якої сегментація на малі групи призводить до зростання довіри контенту, парадоксально підвищує ризики розповсюдження неперифікованих даних та утворення ізольованих інформаційних об'єднань [7, с. 282-285].

В контексті України даний процес набув особливого значення у зв'язку із повномасштабним вторгненням, що й стало причиною вибухового зростання популярності Telegram. За матеріалами досліджень медіаспоживання (USAID/Internews зокрема), станом на 2024 рік приблизно 75% українців послуговуються даним месенджером задля повсякденної комунікації, а 72% — як головне джерело одержання новин [26].

Це дає підстави стверджувати, що функціонування соціальних мереж у рамках згаданих властивостей (видимості, постійності, асоціації) надає їм здатність виступати не тільки у якості технічного посередника, а й інституту трансляції ідей, норм та цінностей. В новітніх умовах цифрові платформи практично обслуговують

«продуцентів смислів», відіграючи роль інтерактивних посередників, що доставляють теоретичні та ідеологічні напрацювання до особи користувача. Із цього погляду соціальні мережі слід розглядати як засоби масового самовідтворення соціальної моделі, де індивідуальні «особисті знання» користувача формуються в процесі впливу постійних потоків медіатекстів.

Моделюючи індивідуальні образи «реального світу», соціальні мережі формують специфічний змістовний простір, що виходить за рамки особистого безпосереднього досвіду людини. Вони вивищують предметно-подієвий каркас, що стає точкою опори суб'єкта у просторі глобальної комунікації. Особливість функціонування мережових платформ лежить у необхідності розкриття синтетичного символічного світу, завдяки якому плекаються певні взірці поведінки, художні смаки та моральні норми. Це направляє особистість у процесі її життєвої діяльності, визначаючи ієрархію значення подій: що є правильним, важливим чи прийнятним у поточному соціокультурному дискурсі.

Зважаючи на це, інформативна роль соціальних мереж природно доповнюється завданням проектування соціального простору. Позаяк в підґрунті будь-яких даних, що ширяться у мережі, лежать певні цінності, метою медіаматеріалів можна вважати як віднайдені, так і відтворені культурні зразки взаємодії. Попри різну якість цих зразків (примітивні чи високогуманні) факт їхнього масового розповсюдження робить їх соціально впливовими. Вони закарбовуються у свідомості користувачів, визначаючи їхні реакції та вчинки, що особливо помітно у феноменах мережевої мобілізації.

Тобто, соціальні мережі постають як засіб фіксації та моделювання ідентичності — персональної чи групової. Продукування та трансляція культури в цифровому середовищі схематизує прояви буття людини, сприяючи репродукуванню певної картини світу. Навіть у стані «мінімального ефекту» окремих взаємодій концентраційний вплив платформ здійснює ключову роль у визначенні масштабу суспільної трансформації, що залежить від актуального політичного балансу та морального клімату в соціумі.

У контексті сучасності ці процеси для України набувають специфічної гостроти, адже складна соціополітична ситуація формує сприятливі умови для посилення ваги цифрових медіа при конструюванні державної ідентичності. Утворення нового комунікаційного простору, де найголовнішим ресурсом є інформація, визначається виникненням інтегрованих медіасистем, що руйнують усталені кордони. Це надає поштовху до змін моделей ідентифікації суспільства та алгоритму його взаємодії із державними інститутами.

Закріпленню ролі соціальних мереж сприяють такі притаманні їм характеристики:

- перманентність: безперервність комунікаційного потоку, що гарантує стабільність впливу;
- охопленість та швидкість: здатність миттєвого інформаційного впливу на цільову аудиторію;
- єдність функцій: комплексний підхід до пропагандистського, виховного та інформаційного впливу у гранях єдиного інтерфейсу;
- доступність та динамічність: високий поріг адаптації методів впливу до запитів користувачів.

Здійснюючи вплив на соціум, цифрові платформи подають масові оперативні дані, що стосуються двох базових рівнів: суперструктурного (засвоюється на ранньому етапі соціалізації) та фундаментального (пов'язаний із науково-професійною сферою). Однак варто зазначити, що вплив масової оперативної інформації обмежується так званим «поверхневим» рівнем системи цінностей: при високому ступені комунікації глибинні переконання здатні залишитися недоторканими, в той час як зовнішні поведінково-емоційні реакції стають об'єктом активного маніпулятивного контролю з боку алгоритмів соціальних мереж [28, с. 54].

Слід констатувати, що соціальні мережі еволюціонували із допоміжного засобу зв'язку у панівний інформаційний простір, де відбувається докорінна перебудова механізмів масової комунікації. Завдячуючи організації специфічних

медіаможливостей цифрові платформи не тільки впорядковують користувацький досвід, а й відіграють роль інститутів масового відтворення соціокультурних змістів та конструювання ідентичностей. Водночас встановлені особливості мережевої взаємодії (схильність до пасивної взаємодії із інформацією та ізольовані «інформаційні бульбашки») засвідчують про неоднозначний характер впливу нових медіа на свідомість суспільства. В контексті цифрової трансформації соціальні мережі відходять від виконання ролі суто технічного ретранслятора, перетворюючись на механізм проєкції символічної реальності, де грань між індивідуальним досвідом та синтетично створеним предметно-подієвим каркасом дедалі більше розмивається.

Вказані трансформації у комунікативній сфері створюють умови для переосмислення ролі цифрових платформ у новітньому суспільно-політичному процесі. Зважаючи на те, що мережева інфраструктура визначає алгоритми доступу суспільно важливих даних, критично важливим постає питання інституціоналізації платформ політичної комунікації. Саме взаємодія між медіа та політичною системою в рамках формування громадської думки, а zarazom із специфікою діяльності нових суб'єктів цифрового середовища як засобів конструювання суспільних уявлень, є об'єктом подальшого розгляду.

2.2 Альтернативні платформи політичної комунікації у конструюванні суспільних уявлень

Розглянуті видимі технологічні особливості цифрових платформ, що сприяють інтуїтивній взаємодії із ними (видимість, постійність, асоціативність), формують інфраструктурну основу для реалізації феномену інформаційної влади. У новітньому політичному дискурсі інфо-влада виступає як можливість суб'єкта інформаційно-комунікаційної взаємодії реалізовувати інтеграцію громадської думки, узалежнювати волю індивідів та опосередковано визначати суспільну активність. Дана процедура втілюється за допомогою розгалуженої системи інститутів, особливих технологій впливу та маніпулювання, а також в процесі діяльності лідерів громадської думки, що в контексті цифрової трансформації набувають якості альтернативного центру впливу.

Суб'єкти інформаційно-комунікаційної діяльності відіграють роль засновників продукування й трансляції соціально важливих смислів. У межах політичної комунікації їхню типологію можна представити так:

- мас-медіа (традиційні етерно-супутникові системи та мультиплатформні комп'ютерні мережі, блоги і сайти, що гарантують перманентність тиражування політичного контенту);
- інституційні структури (органи державної влади та неурядові організації, котрі формують офіційний і альтернативний порядок денний);
- лідери громадської думки (актори, чий авторитет надає можливість здійснювати верифікацію та інтерпретацію інформаційних потоків).

Особливого зацікавлення заслуговує двоетапна модель передавання інформації, яка реалізується через лідерів громадської думки в межах цифрової платформи. Перший етап включає трансляцію сенсів від первинного джерела до лідера, в той час як другий етап передбачає ретрансляцію даної інформації загалом. Варто зазначити, що лідери громадської думки часто послуговуються значно вищим рівнем довіри, ніж офіційні медіа, адже їхній вплив вибудований на

персоналізованому соціальному досвіді та емоційному залученні. Попри домінування опосередкованих медіатехнологій в масовому суспільстві, саме неформальна взаємодія в межах альтернативних платформ є найефективнішою у конструюванні переконань.

Звертаючись до архітектури сучасної політичної комунікації, її доцільно розглядати з двох позицій її бачення: як складної системи суб'єктів, злучених мережевими технологіями, та як процес створення, систематизації і роздільного поширення знань. При такому розумінні інфо-комунікаційна діяльність базується на таких основних принципах:

- ієрархічність: перевага смислових орієнтирів та цінностей певної культури;
- демократичність: гарантування рівного доступу всіх громадян до інформаційних ресурсів;
- ідентичність: узгодженість комунікаційної стратегії із етнічною, національною, конфесійною характеристикою спільноти;
- морально-етична беззастережність: взяття до уваги домінуючих у суспільстві норм та стандартів.

Тип запровадження політичних комунікаційних технологій співвідноситься із загальним рівнем політичної культури. Зважаючи на те, що еліти завжди намагаються легітимізувати власну діяльність та запевнити громадян у доцільності власної діяльності, альтернативні платформи виступають простором конкуренції різних моделей реальності. Вдосконалення цих платформ, закладених на ґрунті основних соціальних цінностей, детермінує якість демократичного діалогу та поріг стійкості суспільних уявлень до зовнішніх впливів [4, с. 7-8].

Звертаючись до сказаного, можна стверджувати, що саме сучасні цифрові майданчики надають політичному дискурсу багатовекторного характеру. Набути альтернативними платформами політичної комунікації популярність визначена їхніми властивими технологічними перевагами: синтезованою та мінімалістичною системою з низьким рівнем входження, доступністю, значною мінімізацією затрат

на трансляцію та ретрансляцію наповнення, а також різночасною взаємодією, що гарантує здатність нівелювання комунікаційних «шумів», котрі зазвичай спотворюють змістову складову повідомлення.

У межах даного цифрового ландшафту громадяни-користувачі одержують засоби для активного вираження власних рефлексій щодо модернізації політичної системи. Мережева структура забезпечує суб'єктам можливість:

- чинити оперативний обмін соціально важливою інформацією;
- втілювати пряму взаємодію з інститутами влади;
- безперервно здійснювати моніторинг урядової активності;
- формувати віртуальні спільноти за ідейними ознаками;
- узгоджувати протестну чи громадянську діяльність за допомогою ланцюгів онлайн-мобілізації.

Еволюція горизонтальних зв'язків між користувачами стає буттєвим обґрунтуванням новітньої політичної суб'єктності. Потреба в самоідентичності та репрезентації втілюється у мережевій публічній сфері, що за своєю суттю є виявом крайнього плюралізму. Тут співставляються провладні, опозиційні, абсентеїстські та маргінальні точки зору, конструюючи складну архітектуру сучасної політичної мітології.

В цей же час активність громадян у цифровому середовищі, що виступає складником політичного дискурсу, визначається сукупністю специфічних деструктивних ознак:

- дефіцитом системного бачення загальнодержавних проблем;
- емоційно-імпульсивним радикалізмом, що зазвичай перевищує поріг напруги в офлайн середовищі;
- домінуванням оціночних суджень над аналітикою.

Разом з цим, середовище альтернативної політичної комунікації спотворюється активністю ангажованих акторів та цифрових псевдосуб'єктів. Залучення ботів та фіктивних, позбавлених реальних образів, авторів дозволяє замовникам здійснювати маніпулятивні дії із громадською думкою, поширюючи

таргетовану рекламу, дезінформацію та застосовуючи фішингові акції. Не зважаючи на це, спрямованість та якість інтернет-риторики залишається найрелевантнішим показником стану політичної культури в суспільній сфері [31, 155-157].

В умовах сучасного інформаційного простору громадська думка, варто зазначити, відіграє роль головного арбітра соціальної практики, розкриваючи динаміку суспільного життя за допомогою інструментів масової комунікації. Архітектура останньої визначена як буденною свідомістю, так і ціннісними орієнтирами, котрі виробляються у науковій, мистецькій та політичній сферах, де медійна діяльність є не лише одиницею вимірювання розвитку суспільства, а й фундаментальним фактором стабільності й типу політичного режиму. У рамках демократичного дискурсу медіа зобов'язані чинити моніторинг подій, які потенційно здатні здійснити вплив на суспільний добробут, ідентифікувати першопричину політичних проблем та гарантувати репрезентацію інтересів різних груп, виконуючи водночас контроль за функціонуванням владних структур.

В цей же час новітній етап поступу у медіасфері вирізняється специфічною тенденцією до прагматизації мислення споживачів, що зумовлює деградацію ідейно-аналітичної частини контенту. Адаптація медіа до запиту на інтелектуальне спрощення продукту спричиняє виникнення тривкої взаємозалежності, де медіа заохочують певні якості аудиторії, а та, на противагу, конструює попит на контент, позбавлений критичного наповнення. Дана примітивізація медіапропозиції нівелює необхідність у високопрофесійній експертизі та журналістиці, надаючи першість коментарям дилетантів і емоційно забарвленим судженням, що видозмінює громадську думку на арену жорсткої конкуренції за владу та легітимацію політичної системи [30, с. 187-189].

В українській соціополітичній специфіці обставини ускладнюються тим, що процес сегментації традиційних медіа залишається під прямим або прихованим контролем державних структур, що значною мірою обмежує їхню об'єктивність та можливості незалежного критичного огляду владних рішень. Саме дефіцит

аналітичної автономності та інституційна узалежненість офіційних каналів комунікації є основними чинниками стрімкої популяризації альтернативних медіамайданчиків. У цьому новому інформаційному середовищі виникають нетрадиційні актори, що, застосовуючи інфраструктуру мереж, вступають у боротьбу за моделювання політичного наративу та формування нових суспільних уявлень.

Зважаючи на сказане, особливої ваги набуває активність специфічних суб'єктів альтернативної комунікації, котрі виявляють можливість оперативного реагування на суспільний запит в супереч офіційній цензурі чи редакційної політики традиційних медіа. Показовим прикладом даної трансформації виступає функціонування аналітичних елементів у соціальних мережах та месенджерах, де через персоналізовані канали трансляції сенсів відбувається переформатування політичної картини світу українського суспільства. Аналіз цих процесів на прикладі конкретних медіаплатформ забезпечує здатність розкрити суть протистояння за інтерпретацію подій у новітній інформаційній боротьбі.

Показовим прикладом діяльності подібних суб'єктів в новітньому цифровому просторі є функціонування інформаційно-аналітичної спільноти «Resurgam», активність якої носить виразну мультиплатформну ознаку та націлена на трансформацію політичного дискурсу із допомогою методів інтелектуального аналізу. Основою даної спільноти виступає фаховий веб-ресурс, [35] в межах котрого акумулюються докладні аналітичні матеріали стосовно реконфігурації внутрішньої та міжнародної політичної ситуації, доступні на семи мовах, факт чого підкреслює масштаб її впливу. Разом із цим, унаочнення головних тез забезпечується за допомогою YouTube-платформи [36], однак максимальне охоплення аудиторії та найінтенсивніша взаємодія із реципієнтом досягається в межах Telegram-каналу спільноти. Своєрідність змістового наповнення на цьому майданчику тяжіє до формату довгочитів, зовнішня структура висвітлення подій яких таїть глибинне моделювання політичного та ціннісного наративу, що спирається на засади демократії та раціонального викладення фактів.

Даний спосіб комунікації виступає дієвою системою когнітивної стійкості супроти емоційно-дестабілізуючого та ажіотажного наповнення, притаманного третім сторонам інформаційно-комунікаційного процесу, завдання яких, при можливості забезпечення власної впізнаваності завдяки драматизації дійсності і просування ворожої маніпулятивної стратегії, виключає об'єктивний виклад інформації. «Resurgam», власне, гарантує альтернативне інтелектуальне бачення, що протиставляється як деструктивним зовнішнім впливам, так і державному центризму, фіксуючи увагу на раціоналізованому сприйнятті політичної дійсності. Відкритість Telegram-сторінки спільноти сприяє активній залученості користувачів, де за допомогою механізму коментування та дискусії здійснюється спільне продукування смислів. Для адміністрації платформи така структура уможливорює безперервну перевірку запитів аудиторії та оперативну відповідь суспільним потребам, що виводить односторонню процедуру інформаційної трансляції у процес живого вироблення колективної політичної свідомості [38].

Відтак, діяльність спільноти «Resurgam» засвідчує потенціал альтернативних платформ у створенні нового інформаційного продукту, де акцент із пасивного споживання новин зміщується на активне включення суб'єкта до осмислення політичної реальності. Побудова ціннісно-орієнтованого наративу в даних обставинах є не тільки засобом інформування, а й методом захисту демократичного ладу в контексті гібридної інформаційної загрози. Це, в свою чергу, дозволяє стверджувати, що мережеві формації даного типу несуть вирішальний характер у зміцненні політичної культури соціуму, надаючи зважений аналітичний погляд як альтернативу фрагментарно-маніпулятивному медіапродукту.

Черговим прикладом в обставинах видозміни механізмів політичної комунікації є медіапроект «Good Times Bad Times», функціонування якого здійснюється на платформі відеохостингу YouTube. Створений із задумом наповнення ніші автономного аналітично-інформаційного контенту, даний проект, не зважаючи на польське походження, вирізняється стратегією інтернаціоналізації й диверсифікації на мовних засадах, що гарантує доступність матеріалів для

широкої аудиторії, української зокрема. Акцент в діяльності «Good Times Bad Times» робиться на виконанні деідеологізованого, позбавленого будь-якого упередження аналізу міжнародної політики та геополітичного зсуву, що здійснюється з урахуванням раціонального осмислення предметного матеріалу. Підґрунтям комунікаційної стратегії проєкту виступає послідовне формування та відтворення зведеного до єдиної системи спільноєвропейського наративу, що поширюється як ціннісний орієнтир, який повинен бути розділений і українською стороною [33].

Функціонування в інформаційному просторі даного актора слугує черговим емпіричним підтвердженням спроможності альтернативних суб'єктів формувати суспільне сприйняття політичної дійсності, сприяючи водночас ерозії державної монополії на побудову політичної картини світу та делегітимації владного централізованого контролю над потоками інформації. Медіапроєкт «Good Times Bad Times», як і у випадку із спільнотою «Resurgam», надає аудиторії якісно іншу форму взаємодії із інформацією, що заснована на умовах критичного мислення та усвідомлення належності до єдиного європейського політико-цивілізаційного простору.

На відміну від динамічних типів альтернативної комунікації, репрезентація державних інститутів в рамках цифрових платформ — через офіційні Telegram-канали «Zelenskiy / Official» та «МЗС України» [20; 37]. — являє специфіку консервативного способу використання медіа-потенціалу. Не зважаючи на беззастережну оперативність та масштаб охоплення аудиторії, функціонування даних ресурсів певним чином самообмежується звітною моделлю, де домінує трансляція офіційної позиції запис результатів діяльності посадових осіб. Дані платформи, не відходячи від ролі класичної державної канцелярії в цифровому продовженні, фіксуються на односторонній передачі фактів, декларацій та зустрічей, що відтворює вертикальний спосіб інформаційної комунікації, притаманний для традиційних інституційних медіа.

Критичний розгляд такої стратегії забезпечує можливість виявити значний комунікативний вакуум, що утворюється в результаті відсутності інтерпретації та ціннісної обумовленості подій, котрі пропонуються громадянину-користувачу. Якщо такі актори, як «Resurgam» та «Good Times Bad Times» за допомогою раціонального осмислення та ідеологічного включення активно формують політичний наратив, то згадані вище офіційні канали зазвичай залишають аудиторію в межах пасивного одержувача фактажу. Дана однобічність інституційного підходу призводить до втрати державою позицій у сфері стратегічного конструювання смислів.

Брак конструктивного діалогу та аналітичної складової в офіційних повідомленнях спонукає суспільство до пошуку відповідей на непрості політичні питання в рамках альтернативних платформ, які вдало перехоплюють суб'єктну ініціативу завдяки пропозиції «значення» замість сухого «факту». Тобто, скрута офіційного наративу, що діє у межах звітності, стає головною причиною легітимації акторів нової політичної комунікації, котрі наповнюють нішу стратегічного проєктування майбутнього.

Такий стан справ свідчить, що розрив між звітністю інституцій та вимогою аудиторії на аналітичну суб'єктність моделює нову структуру інфо-влади, за якої традиційна владна організація змушена конкурувати за право інтерпретації дійсності із гнучкими мережевими спільнотами. Саме виникнення об'єктивної потреби у відмові від ситуативного інформування на користь стратегічної розробки комунікаційного процесу формує необхідність напрацювання альтернативних способів ведення діалогу, які включали б державний інтерес та актуальні запити соціуму на аналітику та сенси. Із цієї позиції зумовлюється перехід до аналізу стратегічної площини взаємодії держави та суспільства в цифровому просторі.

2.3 Стратегічні виміри взаємодії держави та суспільства в цифровому середовищі

Розкриття стратегічної взаємодії держави із соціумом у контексті цифрової трансформації потребує переосмислення самої суті політичного простору, що більше не є комплексом «фізичних» інституцій та реорганізувався в динамічну мережеву екосистему. Інтернет-середовище в сучасному світі формується на механізмі легітимації влади, тим самим відіграючи основоположну роль не лише при поширенні інформації, а й конструюванні непростих багатоступеневих взаємин зворотного зв'язку, котрі й забезпечують життєздатність держави. Чільне місце у даній структурі займають соціальні медіа, що є результатом уніфікації традиційних масових комунікацій та сучасних мережевих технологій, котрі коштом своїх охоплення та інтенсивності реалізують нечуваний тиск на такі класичні медіа-інститути, як преса чи телебачення. Глобальні тенденції засвідчують виникнення своєрідного «ефекту наздоганяння» у переважній частині країн світу (зокрема в Україні), де політична еліта вимушена адаптуватися до реалій, в контексті яких цифрова присутність прирівнюється до політичного існування.

Специфікою соціальних медіа — блогів та мікроблогів, відеоплатформ і мережевих спільнот — виступає їхня спроможність забезпечити якісно нові типи діалогу між державою та суспільством. Однак основні ризики вказаної комунікації містяться у внутрішніх якостях самих платформ: низькорівнева бар'єрність входу та висока залежність від користувацького наповнення. Традиційний ієрархічний контроль над розповсюдженням інформації, за таких характеристик, є практично неможливий, що, в свою чергу, зумовлює активізацію нових акторів, що раніше перебували на периферії політичного життя або були відсутні як такі, та задовольняє можливість їхнього втручання у процес формування порядку денного. За таких умов створюється ситуація, за якої будь-яке зволікання зі сторони держави, будь-яка ознака інформаційного вакууму чи запізніле наповнення

формальних каналів наративами спричиняє до заповнення даної ніші альтернативними акторами. Ці суб'єкти, застосовуючи перевагу мобільності, репрезентують власні інтерпретації дійсності, що можуть протиставлятися державним або ціленаправлено їх підривати.

Надані політичним інтернет-простором в цілому й соціальними мережами зокрема можливості включають здатність не лише конструктивної взаємодії, а й впливу (часто невидимого) на свідомість та поведінку аудиторії. Особливість мережевої комунікації визначається динамікою та орієнтованістю впливу, котрі перебувають, у порівнянні із традиційними засобами масової комунікації, на якісно вищому рівні, що позитивним чином сприятиме упорядкуванню політичного простору, уніфікації дискурсу та активізації громадян на основі демократичних цінностей. Однак протилежною стороною даного процесу є загальна медіатизація політики, в контексті чого державна діяльність заміщується її символічним втіленням, що підпорядковується жорстким шаблонам медійної структури. За таких обставин політична боротьба переходить у поле вироблення штучних замінників дійсності та маніпулятивних образів, де низькі стандарти верифікації даних і висока швидкість репродукування контенту забезпечують фейкові новини та дезінформацію можливістю виступати основою конструювання суспільних хибних уявлень.

З урахуванням факту, коли соціальні мережі відіграють роль прямої загрози через здатність посилення психологічних впливів, позиція держави як стратегічного комунікатора набирає критичної ваги. Сьогодні можливість доступу до даних визначається як технологічними потужностями, так і політичною волею й когнітивною здатністю державного керівництва попереджати інформаційно-маніпулятивні втручання. Цільове застосування маніпулятивних технологій майже всіма медіаплатформами спричиняє до умов, за яких політична орієнтація та ціннісна база громадян виступає об'єктом перманентного коригування зі сторони зовнішніх або внутрішніх акторів, чия природа визначається деструктивною активністю. Це трансформує соціальні платформи на джерело створення

«паралельної реальності» та специфічної версії історії, де протистояння за наративне наповнення стає головною боротьбою сучасності [17, с. 56-58].

Саме у контексті боротьби за наратив медіатизація відкриває для держави якісно нові горизонти, модифікувавши інформаційні кампанії на гнучкі та високоефективні інструменти впливу. Такі соціальні мережі, як YouTube, TikTok, Facebook, X (Twitter), Telegram, надали державним суб'єктам особливий інструментарій конструювання політичного дискурсу, поєднуючи у собі швидке розповсюдження даних та їхню високорівневу адаптацію під специфічні запити аудиторії.

Фундаментальну роль уданому процесі відіграє індивідуалізація контенту, що коригується алгоритмами цифрових платформ. Ці механічні системи діють із позиції когнітивних фільтрів: за їхнього втручання здійснюється пріоритезація новин, що співвідносяться із світоглядом користувача, формуючи умови, згідно з якими нейтральні повідомлення поступаються у протистоянні за увагу емоційно наповненим меседжам. Таким чином держава одержує важіль впливу на громадян, використовуючи на свою користь занепад традиційних засобів комунікації та їхню втрату аудиторії.

Специфічної уваги в умовах формування паралельної реальності потребує й психологічний аспект відеоконтенту. Зважаючи на те, що візуальне сприйняття є менш затратним процесом ніж читання, урядові інституції та політичні еліти дедалі частіше застосовують відеоплатформи для вироблення емоційної реакції. Виступи глав держав чи дипломатів у YouTube або TikTok потенційно здатні не тільки інформувати, а й емоційно «збурювати» аудиторію, роблячи їх одним із ключових інструментів новітніх інформаційних протиборств. В цей же час невід'ємним елементом стратегічної комунікації є інструментарій засобів «сірої зони»: застосування тролів, ботоферм та кампаній з дезінформації, які спрямовуються на дискредитацію опонентів та розмивання істини.

Разом з тим, процес глобальної медіатизації призвів й до радикальної децентралізації джерел інформації. Втрата монополії на висвітлення подій

інформаційними агентствами спричинила до того, що будь-який суб'єкт, володіючи вільним доступом до мережі, здатен транслювати власну, подекуди упереджену, інтерпретацію фактів. Для державного мовлення це викликає ситуацію подвоєної загрози: розширюються канали впливу та підвищуються ризики втрати контролю над інтерпретацією своїх же меседжів у зв'язку із втручанням альтернативних акторів та розповсюдження хибних міркувань.

За таких обставин класична модель трансляції інформації безповоротно заміщується моделлю взаємодії, що, задля ефективної політики в цифровому середовищі, вимагає від держави:

- високої інтерактивності: залучення аудиторії за допомогою двостороннього діалогу, надаючи меншого значення односторонньому інформуванню;
- застосування «м'якої сили»: формування порядку денного методом стратегічного висвітлення потій, за умов чого автономність масмедіа являється формою просування державних наративів;
- протистояння когнітивним викликам: протидія пропаганді та фейковим новинам, що є повноправними елементами міждержавного суперництва.

Інтегрувавши методи інформаційних воєн та політичних маніпуляцій, державне мовлення трансформувалося у простір, в межах якого пропаганда та контрпропаганда масштабуються завдяки алгоритмам адресної реклами. Індивідуалізація контентного наповнення, застосовуючи необхідність верифікації інформації користувачем, парадоксально створює хибне почуття захищеності, особливо у момент, коли він найбільш вразливий до маніпуляції. Тому, успішною можна назвати ту стратегію взаємодії держави і суспільства у цифровому просторі, яка включає комплексний підхід, що поєднує медіапрозорість, технологічні рішення й підвищення рівня інформаційної грамотності громадян як винятковий спосіб збереження демократичної стабільності [22, с. 83-86].

Аналізуючи сучасний стан нормативно-правового регулювання, розгляд Закону України «Про медіа» засвідчує, що, попри аспект гармонізації внутрішнього

законодавства із європейськими нормами, його характер залишається орієнтованим на лінійні мережі комунікації. Головною критичною неузгодженістю документа виступає асиметрія між юридичним закріпленням статусу суб'єктів та фактичним динамічним процесом, що здійснюється в межах нових медіа. Не зважаючи на те, що закон фіксує дефініції «платформи спільного доступу до відео» та «онлайн-медіа», дані категорії визначають суто інституціоналізовані типи медійної активності, не вводячи в правове поле громіздкий пласт неформальної мережевої взаємодії.

Чинний закон, з позицій стратегічної комунікації, концентрується на механізмах реєстрації та офіційного контролю, опускаючи практичну складову для управління смисловими потоками в інтерактивному середовищі. Це створює прецедент «нормативного вакууму», за якого державна регуляція скерована на «класичні» форми (преса, радіо, телебачення), однак не встановлює чітко прописаних стандартів активної участі в соціальних мережах. Відсутність конкретизації механізмів активності нових медіа спричиняє до вимушеної реактивної діяльності держави, примушуючи наздоганяти альтернативних акторів, діяльність яких залишається юридично неінтерпретованими у месенджерах та на горизонтальних платформах. Закон, наприклад, не висвітлює етичні норми модерації інформаційного наповнення та не визначає статус суб'єкта, що здійснює масовий вплив без набутого офіційного статусу, що є необхідною умовою при забезпеченні національної інформаційної стійкості [21, с. 83-86].

В умовах протистояння за пануючу позицію у інформаційно-смисловому полі, де соціальні платформи виступають архітекторами паралельних реальностей, держава стикається із стратегічним завданням: не тільки існувати у цифровому просторі, а й прибрати чільну роль у процесі конструювання здорового політичного діалогу. Здійснення даної мети потребує від держави витонченого балансування між гарантуванням захисту демократичного процесу та непосяганням на свободу слова. Ефективна стратегія взаємодії в кіберпросторі зобов'язана ґрунтуватися на підставі відмови від методів утиску на користь побудови прозорих законодавчих

граней, які б унеможливлювали втручання ззовні у внутрішні процеси, стимулюючи, в цей же час, відповідальне застосування медіаресурсів всіма суб'єктами (як офіційних представників, так і громадян).

Задля того, щоб державна структура перейшла від суто пасивного репортера своїх же дій до активного координатора суспільних смислів, варто запровадити низку комплексних заходів. Насамперед необхідністю є забезпечення беззастережної прозорості та відкритості комунікації. Держава повинна взяти на себе повноваження першоджерела верифікованої інформації, котра оприлюднюється регулярно та оперативно, адже основою довіри є системність. Однак прозорість не повинна залишатися фасадом — реальна стратегічна стабільність та стійкість виникає за рахунок налагодженого повноцінного двостороннього спілкування. Ознакою цьому виступає відмова ролі «транслятора» на користь ролі «активного слухача», що б спричинило прецедент системного реагування на запити, критику та побоювання громадян у режимі реального часу. За даного методу усувається відчуження соціуму від влади та зміцнюється взаємна відповідальність.

Вагомим у залученні громадян до політичного життя є інструментарій, у базу якого включені інтерактивні та ігрові елементи цифрової взаємодії. Із застосуванням опитувань, вікторин та інтерактивних платформ виникає можливість трансформації процесу ознайомлення із урядовими програмами у менш формальний та більш захоплюючий. Це не тільки покращує рівень політичної обізнаності, а й виступає для держави джерелом унікальних даних, що засвідчують реальний стан суспільних настроїв. Водночас для успішної протидії маніпулятивним технологіям, мові ворожнечі та дезінформації, державі слід сконструювати чітку вертикаль верифікації у співробітництві із незалежними експертами із перевірки інформації та науковими колами. Частиною стратегії національної безпеки повинне стати підвищення медіаграмотності населення, адже суспільство, що здатне критично мислити, значною мірою є менш вразливим до ворожих наративів, що заповнюють штучно утворені інформаційні порожнини.

Стратегічна взаємодія також повинна включати й тісну співпрацю із власниками соціальних платформ та технологічними гігантами. Державі слід виступати автором розробки алгоритмів, що надають перевагу якісному контенту та унеможливають поширення шкідливих маніпуляцій, зберігаючи, водночас, ціннісний баланс. Трансформація внутрішньо-державного апарату України є неминучою теж: ідентифікації загрози в зародку посприяє створення відділів стратегічного моніторингу та спеціалізованих команд цифрової комунікації. Попри технічні рішення, критично важливими є ініціативи для державних службовців, спрямування яких здійснюється на підставі етичної культури онлайн-взаємодії та психологічних компонентів цифрової взаємодії.

Неминучим результатом використання соціальних мереж в умовах політичного управління є виникнення низки етичних питань, коло яких включає насамперед дилеми захисту персональних даних та приватності. В даній сфері пріоритетом держави повинна стати розробка суворих принципів збору та аналізу даних, забезпечуючи при виконанні процесу інформовану згоду користувачів та попереджаючи свавільне використання інформації. Прозорість алгоритмів стає ключовим питанням: громадяни повинні розуміти, які інтереси стоять за цільовою рекламою та чому вони бачать відповідний контент. Баланс між свободою слова та безпекою не повинен бути незмінним, а його перегляд вимагає перманентного перегляду із активною участю громадянського суспільства. Зрештою, включення соціуму до розробки норм поведінки у соціальних медіа забезпечить здатністю сформувати інклюзивну спільноту, в межах якої кожен із учасників набуватиме індивідуальної суб'єктності [2, с. 227-229].

Стратегічні взаємодії у сучасному націєтворчому процесі повинні розглядатися не тільки з позиції їхнього розуміння як сукупності медійних заходів, а й як основоположного простору та інтегрованого набору методів, протоколів та технологій, що враховують всі типи політичної активності держави. В контексті глобальної цифровізації для України конструювання такої системи є стратегічною необхідністю, адже вона відіграє роль сполучного елемента між державними

інституціями та соціумом. Вдало налаштовані стратегічні комунікації є запобіжним механізмом проти монополізації інформаційного простору, панування маніпулятивних впливів та проявів авторитаризму, сприяючи, водночас, розвитку громадських ініціатив. Зважаючи на досвід провідних демократій, державі потрібно сфокусуватися на послідовних зусиллях із досягнення взаємної згоди з цільовими аудиторіями. Це включає створення та збереження умов, вигідних для підтримки національних інтересів із застосуванням скоординованих програм, які синхронізувалися б із активністю всіх елементів національної сили.

Для вітчизняного державного апарату фундаментальною порадою є запровадження моделі, в гранях якої стратегічні комунікації містять два взаємообумовлені компоненти: реалізація паралельних ключових повідомлень та дії, котрі враховують специфіку їх сприйняття різними спільнотами. Суттєво, щоб масова комунікація прибрала ознак стратегічної за допомогою низки обов'язкових для дотримання умов. По-перше, повідомлення повинні бути адаптованими до перцепції багатьох специфічних фрагментів суспільства, виключаючи орієнтацію на абстрактну «загальну аудиторію». По-друге, взаємодія повинна відбуватися перманентно, виходячи за рамки епізодичних акцій. По-третє, орієнтація повинна зміститися із інтересів відправника на запити й очікування отримувача. Зрештою, всі кроки та рішення варто вибудовувати в межах цілісного задуму, координуючи із єдиного центру управління, що забезпечить здатністю використовувати можливості не тільки традиційних медіа, а й соціальних мереж.

Державі, при обставинах збереження соціальної стабільності, варто сконструювати механізми координації, котрі б дозволили у спілці із союзниками тлумачити інформаційний контент та вчасно виявляти дезінформацію. Стратегічні комунікації слід розуміти як ситуацію, що перебуває за межами традиційної схеми «відправник-повідомлення-отримувач». Це діалог, що засновується на пильному ставленні до історичних та культурних особливостей, специфіки способів ведення справ та місцевих лідерів думок. Для України підґрунтям такої системи повинна стати сукупність, що включає інформування, вплив та переконання внутрішньої та

зовнішньої аудиторії. Задля просування національної політики найнеобхіднішим є формування чітких зрозумілих цілей, котрі безпосередньо впливатимуть на стимулювання бажаних поглядів та поведінки в громадян.

Не меншої уваги державі слід приділити дилемі деконфліктизації інформаційної активності, задля уникнення ситуацій «інформаційного самобичування» та «дружнього вогню», що трапляється за умов неузгодженої діяльності різних структур, викликаючи послаблення ефектів у медіасередовищі. Стратегія держави не повинна обмежуватися суто воєнним аспектом — такі засоби, як залучення громадянських зусиль, соціальне охоплення та створення впізнаваного уніфікованого образу, довівши свою ефективність у приватному секторі, повинні бути інтегровані у військово-політичну практику.

Для покращення ефективності взаємодії держави та суспільства у цифровому просторі, раціональним буде застосовувати методи адресного спрямування контенту на засадах ґрунтового структурування аудиторії. Аналітична складова державно-управлінського апарату повинна чітко класифікувати групи населення за домінуючими інтересами та рівнем підтримки державних ініціатив. Вагомим є запровадження прийомів позиціонування, конструюючи ідентичність «державного продукту» як необхідного та надійного бренду, який стимулює прихильність за рахунок наочної переваги. Синхронізація усіх рішень урядових організацій повинна забезпечуватися на підставі створення єдиного, несуперечливого повідомлення. Лише за умов превентивного моніторингу та втамування наявних запитів населення й гнучкого реагування на зворотний зв'язок, держава матиме можливість орудувати сприйняттям і будувати атмосферу довіри. Послуговування методами соціального маркетингу для заохочення до бажаних типів поведінки інтенсифікує позитивне сприйняття державного актора, формуючи стійкі рамки лояльності й попереджаючи утворення альтернативними акторами протилежних або деструктивних смислів [23, с. 333-342].

Емпіричні дані, що засвідчують про щоденну участь 81% громадян у цифровому середовищі, цілковито надають підстави визначати мережевий простір

як головний ареал стратегічної діяльності держави. Дане небачене охоплення, підтримане позитивним досвідом контакту 85% опитаних із цифровими інструментами та істотним зростанням медійної грамотності (частка тих, що відчувають брак навичок, скоротилась із 44% до 22%) формує унікальне підґрунтя для розвитку інклюзивного діалогу [32]. За умов даної широкої залученості суспільства будь-яка відсутність позиції держави у соціальних медіа безповоротно зумовлює наповнення інформаційних ніш альтернативними суб'єктами, що, із застосуванням алгоритмічної специфіки цифрових майданчиків, здатні безперешкодно просувати деструктивні смисли та маніпулятивні інтерпретації. Саме спроможність держави бути активним модератором суспільно-політичного дискурсу є не тільки технічним завданням, а й головним запобіжним заходом щодо когнітивних втручань, що гарантує цілісність національно-смыслового поля.

Надалі пріоритетом державної політики має стати подолання цифрового розриву, спричиненого територіальними чи віковими чинниками, адже повна інтеграція усіх страт суспільства в уніфіковане комунікативне поле забезпечує не лише ефективністю управління, а й стійкістю демократичного ладу перед глобальними викликами. Вибудований на такій основі спосіб взаємодії трансформує цифрові сервіси із каналів надання послуг на майданчик стратегічного партнерства, в межах якого держава, завдяки послідовній і етичній присутності в соціальних мережах, закріплює власну суб'єктність та гарантує стійкість суспільства в контексті абсолютної медіатизації.

ВИСНОВКИ

Проведений науковий аналіз дозволяє стверджувати, що нові медіа у XXI столітті виступають не лише в якості інструмента передачі інформації, а й середовища формування сучасної соціо-політичної реальності. Теоретичне осмислення дефініцій і головних ознак нових медіа надає змогу свідчити про їхню інтерактивну природу, де грань між відправником та реципієнтом остаточно розмивається, трансформуючи масову комунікацію на мережу структур із небаченою швидкістю поширення сенсів. Встановлено, що категоріальна основа комунікативних технологій в добу цифровізації втілюється у здатності не тільки транслювати повідомлення, а й спрямовувати поведінкові моделі суспільства, що потребує використання оновленого аналітичного інструментарію та міждисциплінарних наукових парадигм у процесі їх вивчення.

Реструктуризація масової комунікації спричинила до зміни ролей: соціальні мережі виступають основним простором виконання суспільних зв'язків, за яких традиційні ієрархічні моделі управління інформацією витісняються децентралізованими структурами. Утворення альтернативних платформ політичної взаємодії сформувало обставини для появи нових суб'єктів інформаційної діяльності, що мають здатність суттєво впливати на суспільні уявлення та модифікувати політичний наратив за межами офіційних каналів. Це вносить певні корективи у питання стратегічного характеру взаємодії держави та соціуму в цифровому просторі, де Україна, як держава, повинна виступати не як пасивний спостерігач, а як активний модератор діалогу, що здатен до гарантування стабільності національного інформаційного поля.

Специфічного значення набуває той факт, що високий рівень щоденної активності громадян у цифровому середовищі перетворює віртуальний простір на основну платформу легітимації державної політики. Зростання порогу адаптації української громадськості до цифрових сервісів та позитивна оцінка взаємодії із ними формують необхідні для впровадження непростих стратегічних

комунікаційних механізмів умови. Для держави необхідно усвідомити, що ефективна реалізація її функцій у цифрову еру залежить від спроможності синхронізувати головні повідомлення із практичною діяльністю, долаючи розрив між деклараціями та реальною активністю. Тільки за умов реалізації етичної, прозорої та інклюзивної моделі спілкування, котра ґрунтується на підставі розуміння потреб і запитів різних сегментів аудиторії, можливо гарантувати стійкість демократичних інститутів.

Розв'язання етичних дилем, в основу чого закладено захист приватності, протидія маніпуляціям та прозорість алгоритмів, є фундаментальним елементом новітньої комунікативної стратегії держави. Поступовий розвиток машинного навчання та штучного інтелекту потребує від державної структури запровадження норм етичного кодування й перманентної експертизи цифрових інструментів впливу. Тобто, нові медіа як комунікативні технології створюють запит на постійну трансформацію державної суб'єктності, де основним наголосом є не контроль над інформаційними потоками, а лідерство у конструюванні суспільних смислів. Фіналізація процесу виховання культури медіаграмотності та подолання цифрового розриву населення є стратегічним інтересом, що забезпечує функціонування країни в рамках глобальної медіатизації та дозволяє перетворити цифрову взаємодію на механізм поступового розвитку та взаємодовіри між державою та суспільством.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артеменко С., Фляшнікова А., Оніщук І. Вплив медіакультури на соціалізацію особистості в сучасному інформаційному суспільстві. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*. 2023. № 25. С. 229–232.
2. Арутюнян В. Е. Аналіз впливу соціальних медіа на політику та прийняття рішень у державному управлінні. Інвестиції: практика та досвід. 2024. № 7. С. 224–230. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.7.224>
3. Базик Р. Р. Роль соціальних медіа як інструменту поширення пропаганди та їх вплив на політичну активність суспільства. *Науковий журнал «ПОЛІТИКУС»*. 2024. № 4. С. 16–23.
4. Бебик В. Глобальне інформаційне суспільство: інфо-влада, інфо-комунікація, інфо-демократія. *Український науковий журнал «Освіта регіону»*. 2016. № 1. С. 6–10.
5. Білан Н. Концептуальні підходи до нових медіа як різновиду соціальних комунікацій. *Український науковий журнал «Освіта регіону»*. 2016. № 1. С. 68–73.
6. Врабель Т. Метафора та метонімія в сучасному медіадискурсі. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. Т. 1, № 90. С. 217–223.
7. Гордієнко Т. О. Від приватного спілкування до інформаційних бульбашок: як месенджери змінюють споживання новин. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35, № 6. С. 280–288.
8. Городенко Л. М. Медіа. *Енциклопедія Сучасної України* / ред. І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк. Київ, 2018. URL: <https://esu.com.ua/article-6> (дата звернення: 07.04.2026).
9. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. Т. 57, № 3. С. 93–100.

10. Гудзь О. Є., Петькун С. М. Формування нової медіареальності в умовах цифрових трансформацій. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2023. № 4(87). С. 339–345.
11. Демартино А. П. Поняття і класифікація новітніх інформаційно-комунікативних технологій. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. 2018. № 24. С. 94–99.
12. Зражевська Н. І. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакультурі. Актуальні питання масової комунікації. 2013. № 14. С. 70–75.
13. Інформаційно-комунікаційні технології у сфері національної безпеки: навч. посіб. / ред. Г. П. Ситник. Київ: ТОВ «Академпрес», 2024. 176 с.
14. Кияниця Є. О. Структурний підхід до формування медіології як науково-практичного напрямку. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2019.
15. Кметик-Подубінська Х. І. Типи комунікативних практик інформаційного суспільства. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2023. № 2. С. 5–9.
16. Косюк О. М. Теорія масової комунікації: навч. посіб. Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2022. 301 с.
17. Кравець А. Ю. Роль соціальних мереж у політичному процесі: позитивні та негативні наслідки. Політичне життя. 2024. № 4. С. 55–60.
18. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колект. монографія / ред. В. Е. Шевченко. Київ: Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
19. Мар'єнко В. Ю. Вплив інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ) на розвиток суспільства, людини, техніки: соціально-філософський аналіз. Освітній дискурс: збірник наукових праць.
20. МЗС України. Telegram. URL: https://t.me/Ukraine_MFA (дата звернення: 07.04.2026).

21. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX : станом на 1 берез. 2026 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 02.05.2026).
22. Скаженник М. Іномовлення в контексті стратегічних комунікацій держави: концептуальний підхід. Інтегровані комунікації. 2025. Т. 1, № 19. С. 82–88.
23. Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця / С. Н. В. та ін. Київ: Нац. акад. СБУ, 2021. 499 с.
24. Судакова В. М., Наумова М. Ю. Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір: монографія. Київ: Ін-т культурології НАМ України, 2017. 352 с.
25. Сучасні соціальні комунікації: підручник / ред. В. С. Бакіров. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2025. 322 с.
26. Телеграм залишається найпопулярнішою мережею, де українці читають новини — дослідження. ZMINA. URL: <https://zmina.info/news/telegram-zalyshayetsya-najpopulyarnishoyu-merezheyu-de-ukrayinczi-chytayut-novyny-doslidzhennya> (дата звернення: 22.03.2026).
27. Уварова Т. Нові медіа та сучасна медіакультура. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2023. № 45. С. 120–128. URL: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi45.648>
28. Цирфа Ю. А. Соціальний вплив засобів масової інформації як чинник конструювання зовнішньополітичної ідентичності держави. Регіональні студії. 2018. № 13. С. 52–56.
29. Чулкова А. В. Вплив соціальних медіа на традиційні засоби масової інформації. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2025. Т. 36, № 75. С. 197–203.
30. Шаріпов Р. Р. Взаємодія медіа та політичної системи в контексті формування громадської думки. Політологічний вісник. 2024. № 93. С. 184–196.

31. Янченко А. Соціальні медіа як елемент політичної комунікації. Політичний менеджмент. 2013. № 1–2. С. 153–163.
32. 59% українців обирають послуги онлайн – дослідження ПРООН. Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/progress/59-ukrayintsiv-korystuiutsia-posluhamy-onlayn-do> (дата звернення: 07.04.2026).
33. Good Times Bad Times Україна. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@GoodTimesBadTimesUA> (дата звернення: 07.04.2026).
34. McQuail D. Mass Communication Theory. 6th ed. London: Sage, 2010. 632 p.
35. Resurgam. Resurgam. URL: <https://resurgamhub.org/ua> (date of access: 06.04.2026).
36. Resurgam. YouTube. URL: https://www.youtube.com/@resurgam_hub (date of access: 06.04.2026).
37. Zelenskiy Official. Telegram. URL: https://t.me/V_Zelenskiy_official (date of access: 07.04.2026).
38. Resurgam. Telegram. URL: <https://t.me/resurgammmm> (date of access: 06.04.2026).