

Розділ III. КУЛЬТУРА ТА СУСПІЛЬСТВО. КУЛЬТУРА ПРОФЕСІЙНИХ СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ

Part III. CULTURE AND SOCIETY. CULTURE OF PROFESSIONAL SPHERE OF ACTIVITY

УДК 316.77:004.738.5 (477) «1991/...»

ВИДОЗМІНА ПРАКТИК СПОЖИВАННЯ МЕДІА В УКРАЇНІ : ВІД ТРАДИЦІЙНИХ ДО ЦИФРОВИХ

Марина БАЙДА – доктор філософії, доцент,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
<https://orcid.org/0000-0002-0870-2176>
<https://doi.org/10.35619/ucpmk.50.980>
marina_lysynuk@ukr.net

Представлено еволюцію практик споживання медіа в Україні, досліджуючи шлях від звичних державних ЗМІ до розмаїття цифрових. Розглядаються історичні, політичні та технологічні імпульси, які спричинили ці зміни, зокрема, розпад Радянського Союзу, становлення незалежної журналістики та швидке поширення Інтернету. Особливу увагу приділено ролі соціальних мереж та застосунків у вирішальні моменти як-от Революція Гідності, анексія Криму та теперішня російсько-українська війна. В дослідженні продемонстровано як перспективи використання цифрових медіа, так і значні виклики, пов'язані з дезінформацією та пропагандистськими атаками. Акцентовано увагу на важливості підвищення медіаграмотності та підтримці незалежних ЗМІ для гарантування інформаційної безпеки України. Продемонстровано, що вік залишається ключовим фактором у формуванні медіа-вподобань: старша аудиторія покладається на традиційні формати, тоді як молодші користувачі тяжіють до інтерактивних цифрових платформ.

Ключові слова: медіаспоживання, медіа, Україна, соціальні мережі, дезінформація, медіаграмотність.

Постановка проблеми. В умовах глобального цифрового перетворення та кардинальних суспільно-політичних зрушень, свідком яких була Україна протягом останніх тридцяти років, вивчення змін у практиках споживання медіа стає надзвичайно важливим. Медіаспоживання не лише демонструє технологічний розвиток, але й відіграє ключову роль у формуванні громадянської активності, адже воно безпосередньо впливає на поширення, інтерпретацію інформації та її сприйняття. Еволюція від традиційних до цифрових медіа в Україні є багатоаспектним явищем, спричиненим технологічним прогресом, лібералізацією інформаційних ринків та потребою у наданні достовірної інформації. Дослідження даного питання є актуальним, зважаючи на значення медіа у веденні інформаційної війни та впливі на різні суспільні процеси.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед новітніх теоретичних розвідок варто виокремити інформаційні матеріали О. Пушкаря та Є. Грабовського «Культура цифрових медіа» [3], у якому цифрові платформи розглядаються як середовище культурної комунікації та інструмент соціального впливу. Автори аналізують медіа як чинник, що змінює структури міжособистісних зв'язків і споживання інформації. Комплементарно до цього, Т. Уварова у статті «Медіатренди сучасної культури» виокремлює основні напрями розвитку сучасних медіа, акцентуючи на зростанні довіри до онлайн-ресурсів, динаміці цифрової комунікації та занепаді традиційних форматів. У фокусі дослідження І. Гурової «Культури співучасті у нових медіа як феномен сучасного культуротворення» перебуває аматорська творча активність у цифровому середовищі [1]. Авторка аналізує трансформацію статусу користувача з пасивного споживача на активного учасника культурного виробництва. Такі практики формують нові колективні ідентичності, розширюють межі «офіційної культури» та актуалізують питання авторства, естетики й самореалізації. Проблема комунікаційних викривлень детально розглянута в аналітичній статті О. Щербини, В. Крикуна та Т. Бауліної «Ехокамера як технологія комунікаційного впливу», де описано механізми формування однорідного інформаційного простору в межах цифрових платформ [5]. Ефект «ехокамери» розглядається як один із наслідків алгоритмічної фільтрації контенту, що сприяє радикалізації думок і ослабленню критичного мислення. На глобальному рівні загрози дезінформації в контексті війни проаналізовано в журналістському матеріалі М. Гандера «Russia vs Ukraine: the biggest war of the fake news era», який підкреслює безпрецедентні масштаби маніпулятивних кампаній з боку РФ у цифровому середовищі [7]. Актуальний стан українських медіа, зокрема регіональних, досліджено у звіті Національної спілки журналістів України «26% of Ukrainian regional media outlets work without salaries», де фіксується критична ситуація із фінансуванням та виживанням локальних ЗМІ в умовах війни [6].

фіксується критична ситуація із фінансуванням та виживанням локальних ЗМІ в умовах війни [6]. Комплексний огляд медіа простору України подано у матеріалі А. Яніцького на платформі Media Landscapes [8], де систематизовано інформацію про функціонування друкованої, телевізійної та цифрової сфери в умовах пострадянського спадку та цифрових трансформацій. Вагомим практичним напрямом у протидії інформаційним загрозам є розвиток медіаграмотності. Прикладом такої ініціативи є програма Learn to Discern, започаткована організацією IREX, яка у 2024 році була розширена й доповнена інструментами штучного інтелекту. Аналітичний огляд О. Сливенка на платформі Detector Media ілюструє інтенсивність дезінформаційних атак та наводить конкретні приклади поширення фейкових наративів у соцмережах [12]. Теоретичне осмислення взаємодії старих і нових медіа представлено у фундаментальній праці Г. Дженкінса «Convergence Culture: Where Old and New Media Collide», яка є ключовою для розуміння гібридного характеру сучасного медіаполя [10]. Водночас статистичну базу для дослідження цифрових практик в Україні забезпечує звіт С. Кемпа «Digital 2021: Ukraine», що містить детальні дані щодо рівня інтернет-проникнення, використання соціальних мереж та цифрової інфраструктури в країні [11].

Метою статті є вивчення динаміки переходу від традиційних до цифрових медіа в українському просторі та аналізі ключових факторів, що зумовлюють зміни в звичках медіаспоживання.

Виклад основного матеріалу. За часів СРСР інформаційний простір України був цілком інтегрований в ідеологічну структуру держави. Уряд мав абсолютний контроль над усіма ключовими каналами комунікації – телебаченням, радіо та друкованою пресою, які виконували функцію розповсюдження офіційної ідеології та виховання потрібного світогляду. Контент не лише вироблявся централізовано, а й підлягав суворій цензурі з метою відповідності державним наративам. Телеканали, на кшталт УТ-1, та радіостанції, як от «Промінь», були головними джерелами інформації для населення, системно формуючи колективне світосприйняття та не залишаючи простору для альтернативних поглядів чи незалежного мистецького самовираження.

Із проголошенням незалежності у 1991 році Україна почала реформування своєї медіа-системи, попри труднощі, що стосувались й фінансового й політичного рівнів, адже хоча знищення радянських структур відкрило можливості для більш плюралістичного медіа-простору, відсутність ефективного регулювання дозволила впливовим економічним групам та новоспеченим олігархам домінувати в цьому секторі. Контроль над медіа-активами швидко перетворився на інструмент для просування як політичних амбіцій, так і бізнес-інтересів.

Упродовж 1990-х років моделі медіа-споживання в Україні визначалися протистоянням між старими звичками та впливом нових, ринкових медіа. Телебачення зберігало свою провідну роль, залишаючись основним каналом новин, джерела інформації та вмістилища розважального контенту для різних соціальних груп населення. Щоденні випуски новин, регулярні популярні телешоу визначали розпорядок дня та слугували культурними орієнтирами в той період. Одним із перших телеканалів, що розпочав мовлення вже в перший рік незалежності, став ICTV, заснований у 1991 році як спільний проєкт українського державного концерну РРТ та американської компанії Story First Communications. Згодом канал увійшов до складу медіахолдингу StarLightMedia. Вагому роль у становленні українського телебачення відіграв канал «Інтер», який почав мовлення у 1996 році й швидко здобув статус одного з найвпливовіших загальнонаціональних телеканалів. Значний внесок у формування українського інформаційного простору зробив телеканал «1+1», заснований у 1995 році О. Роднянським. Цей канал спочатку спеціалізувався на трансляції художніх фільмів, однак швидко перетворився на потужний медіаресурс із розгалуженою мережею новинних програм, культурних проєктів і розважальних шоу. У 1997 році з'явився телеканал СТБ, що здобув популярність завдяки акценту на аналітичних програмах та пізніше увійшов до складу медіахолдингу StarLightMedia. Наприкінці 1990-х років, у 1998 році, започатковано мовлення «Нового каналу», який спочатку позиціонувався як молодіжний телеканал, орієнтований на сучасні тренди та культурні інновації. Важливим явищем в історії українського телебачення стало створення у 2003 році «5 каналу», що відіграв ключову роль під час Помаранчевої революції, ставши платформою для висвітлення опозиційних поглядів та джерелом об'єктивної інформації в умовах інформаційної кризи. У період суспільно-політичних трансформацій 2010-х років особливу нішу зайняв телеканал «Україна 24», запущений у 2019 році як інформаційний проєкт, орієнтований на аналітику, інтерв'ю та висвітлення актуальних подій.

У той же час, індустрія друкованих ЗМІ стрімко розвивалася. На ринку з'явилася велика кількість нових газет і журналів, що пропонували читачам доступ до різних точок зору, яка так само могла регулюватись політичними або фінансовими групами, що впливали на їхню редакційну політику. За даними Державного комітету телебачення і радіомовлення України, станом на 2019 рік в країні зареєстровано 3.085 періодичних видань, включаючи газети та журнали, з яких 1.120 видавалися в Києві, а 1 965 – у регіонах [8]. Серед загальнонаціональних газет особливе місце посідало «Дзеркало тижня»,

засноване у 1994 році як незалежне аналітичне видання, що спеціалізувалося на аналізі політичних, економічних і культурних процесів в Україні та світі. Не менш важливою є газета «День», яка виходила з 1996 року і відома завдяки публікаціям на теми історичної пам'яті, міжнародних відносин і сучасної політики. Широку читачську аудиторію охоплювала також газета «Газета по-українськи», запущена у 2005 році. Важливу нішу зайняла газета «Україна молода», заснована у 1991 році. Серед журналів помітною стала поява таких видань, як «Фокус», що вийшов у 2006 році і висвітлював політичні, економічні та культурні теми. У 2002 році з'явився журнал «Кореспондент», який став українським аналогом впливових міжнародних суспільно-політичних видань. У сфері глянцевого видання одним із перших жіночих журналів стала «Наталі», заснована в 1994 році. Радіомовлення також зазнало значних перетворень. FM-діапазон активно розширювався, особливо у великих містах, запроваджуючи нові формати контенту, включаючи сучасні музичні програми, інтерактивні ток-шоу та розважальні передачі. Це ознаменувало відхід від виключно повчального та політично заангажованого контенту попередніх десятиліть. Незважаючи на ці зміни, традиційні форми комунікації залишалися впливовими, особливо у сільській місцевості.

Разом із цим, на горизонті окреслилися нові вектори розвитку інформаційного простору, пов'язані з цифровими технологіями. Саме вони започаткували етап докорінної трансформації культурного середовища та комунікативних практик, що знайшло своє відображення в наукових дослідженнях. Як зазначають сучасні автори: «Поява цифрових медіа – інтернету, відеоігор, мобільної телефонії, цифрового кіно, телебачення, музики, книговидання тощо – істотним чином змінила простір культури... очевидне ускладнення всієї системи соціальних взаємодій, «переструктуризація» людських зв'язків і відносин, трансформація моделей міжособистісних комунікацій дозволяють розглядати сучасний етап розвитку культури як один з найскладніших в її історії» [3; 3]. Цифрова еволюція в Україні значно прискорилося з початку 2000-х років, насамперед завдяки розвитку інтернет-інфраструктури та широкому розповсюдженню недорогих мобільних пристроїв. Станом на початок січня 2021 року рівень проникнення інтернету серед населення України сягнув приблизно 67,6%, що становить майже 29,47 млн. користувачів. До 2023 року цей показник зростає до 79,2%, що є наочною демонстрацією постійних зусиль країни щодо покращення цифрового зв'язку [11].

Пандемія COVID-19 стала додатковим поштовхом для цього цифрового переходу, спонукаючи культурні установи, освітні заклади та медіа-провайдерів до впровадження стратегій, орієнтованих на цифрові технології. Онлайн-канали комунікації витіснили численні традиційні публічні місця, що призвело до докорінної зміни способів отримання інформації, участі в культурних заходах та підтримання соціальних зв'язків українцями. Повсюдний доступ до Інтернету сприяв розвитку нових способів споживання контенту та обміну інформацією. Значний вплив мали, зокрема, соціальні мережі. «Фіксується зниження популярності традиційних засобів масової інформації та водночас спостерігається зростання рівня довіри громадян до онлайн-медіа. Соціальні мережі набули впливовості в результаті налагодження значного зворотного зв'язку між джерелом інформації та різними соціальними аудиторіями» [4; 273]. Станом на січень 2021 року в Україні налічувалося майже 25,7 мільйона користувачів соціальних мереж, що становить 58,9% від загальної кількості населення. Такі платформи, як Facebook, Instagram і Telegram, перетворилися на ключові майданчики для індивідуального самовираження, публічного дискурсу та поширення новин у режимі реального часу [11].

Незалежні цифрові медіа в Україні також посилили своє охоплення. Такі платформи як «Українська правда», «Громадське» та онлайн-формат «Суспільного» зарекомендували себе як ключові джерела неупередженої журналістики, часто подаючи критичні точки зору, відсутні в традиційних ЗМІ. YouTube перетворився на великий центр різноманітного контенту, що охоплює політичний аналіз, освітні матеріали, розважальні програми та журналістські розслідування. Подкасти також набули популярності, надаючи глибокий контент, що досліджував складні соціальні, культурні та політичні теми. Ці нові формати та платформи сприяли появі альтернативних публічних сфер, розширюючи можливості незалежних голосів і низових рухів, часто в обхід контролю з боку усталених медіаконцернів. Таким чином упродовж цього періоду можна спостерігати поширенням нових медіа. «Нові медіа – це медіапослуги, що поширюються через Інтернет та включають в себе широкий спектр комунікаційних продуктів і послуг із використанням відео, аудіо, графіки та буквено-цифрового тексту» [2; 112].

Цифровий зсув виявив виразні відмінності між поколіннями в моделях медіаспоживання. У той час як старші верстви населення здебільшого продовжували покладатися на телебачення та друковані газети для отримання новин та культурної інформації, молодь тяжіла до цифрових платформ. Ця розбіжність виходить за межі технологій і охоплює культурні відмінності, що відображають різницю в медіаграмотності, довірі до джерел і перевагах у засобах взаємодії. Для молодих українців інтернет став основним місцем отримання новин та соціальної взаємодії. Такі застосунки як Telegram і Viber, витіснили традиційні трансляції новин, тоді як стрімінгові сервіси та сайти соціальних мереж надавали розважальні

матеріали, пристосовані до їхніх інтересів. І навпаки, люди старшого віку повільніше впроваджують нові технології і часто залишаються більш вразливими до дезінформаційних кампаній, що поширюються через звичні, але менш критично оцінювані джерела, такі як телебачення.

Революція Гідності 2014 року та анексія Криму росією стали поворотним моментом для української медіа-системи. Ці події підкреслили зростаюче значення цифрових медіа, водночас виявивши недоліки традиційних джерел інформації під час політичних потрясінь та гібридної війни. Зі зменшенням довіри до ЗМІ, контрольованих державою або олігархами, українці все частіше звертаються до онлайн-платформ для отримання актуальної та неупередженої інформації. Дослідження Інтерньюз, проведене у 2015 році, показало, що понад 53% українців покладаються на Інтернет як основне джерело новин, що значно більше, ніж 35% у 2013 році. Соціальні мережі, зокрема Facebook і YouTube, стали життєво важливими для громадянської активності, незалежних репортажів і негайного інформування про політичні події.

Громадянська журналістика стала помітною: люди використовують мобільні пристрої для документування протестів, порушень прав людини і збройних конфліктів, миттєво ділячись своїми спостереженнями в Інтернеті. Такі ініціативи, як «Громадське телебачення», здобули визнання завдяки своїм незалежним репортажам, заповнивши інформаційну прогалину, яку залишили скомпрометовані традиційні ЗМІ. Тактика гібридної війни, включаючи широкомасштабну дезінформацію, організовану російськими державними ЗМІ та прокремлівськими діячами, також вплинула на звички споживання медіа. Українці почали розробляти стратегії перевірки інформації, більше покладаючись на фактчекінгові ресурси та незалежні журналістські розслідування, такі як StopFake.

Повномасштабне російське вторгнення в Україну в лютому 2022 року спричинило безпрецедентний зсув у бік цифрових платформ як основних джерел інформації. Нагальна потреба в негайному оновленні інформації про військові операції, гуманітарну допомогу та протоколи безпеки перетворила такі платформи, як Telegram, на найважливіші інформаційні центри. До середини 2022 року Telegram став найпопулярнішою платформою соціальних медіа в Україні, налічуючи понад 16 мільйонів активних користувачів, згідно з даними Київського міжнародного інституту соціології (КМІС). Такі популярні канали, як «Ukraine Now», «Труха» та офіційні урядові акаунти, в режимі реального часу повідомляли про повітряні нальоти, маршрути евакуації та новини з фронту. Ця залежність від цифрової комунікації виходила за межі споживання новин. Соціальні медіа стали критично важливими для підтримки соціальної солідарності, організації волонтерських зусиль та надання психологічної підтримки населенню в облозі. Кампанії з хештегами на кшталт #StandWithUkraine та вірусні відео, що документують реалії воєнного часу, посилили повідомлення про Україну в усьому світі, перетворивши цифровий активізм на форму спротиву. Американський дослідник медіа Г. Дженкінс висуває концепт «культури співучасті», який може бути протиставлений класичним практикам медіаспоживання [10; 29]. Замість відокремлення виробників та споживачів інформації, наразі є рівність між ними, яка водночас не є такою в ресурсному вимірі. Цей феномен має як позитивні, так і негативні наслідки, адже інформаційне середовище стає дедалі небезпечнішим. Російська пропаганда посилила свої зусилля, наповнюючи соціальні мережі неправдивими наративами, спрямованими на підірив морального духу та внесення плутанини. У відповідь на це українські громадські організації розширили свої програми з медіаграмотності. Міністерство культури та інформаційної політики ініціювало цільові кампанії з навчання громадян розпізнавати дезінформацію та протидіяти їй, а незалежні платформи, такі як «Детектор медіа», продовжили свій життєво важливий моніторинг джерел пропаганди. На думку І. Гурової в нових медіа відбувається розвиток культури співучасті. «Під культурами співучасті розуміються самоорганізовані спільноти фанатів у середовищі нових медіа, основними ознаками яких є: поява в епоху нових медіа, творче переосмислення продуктів культурних індустрій, презентація простору аматорського виробництва, колективний характер діяльності, заняття творчістю для власного розвитку і задоволення» [1; 172].

Війна також сприяла широкому розповсюдженню VPN та зашифрованих комунікаційних додатків, таких як Signal і WhatsApp, особливо на окупованих територіях та в регіонах, що перебувають під постійними обстрілами. Ці інструменти дозволили українцям обходити інформаційні блокади, зберігати доступ до надійних джерел і безпечно спілкуватися. Широке впровадження цифрових платформ в Україні, надаючи безпрецедентний доступ до інформації, на жаль, також сприяло поширенню дезінформації та пропаганди, особливо в умовах конфлікту з Росією, що триває. Наприклад, дезінформаційні кампанії Кремля агресивно використовують соціальні мережі для поширення оманливих наративів із метою дестабілізації українського суспільства та підіриву віри в державні структури. Звіт за 2023 рік, опублікований «Детектором медіа», чітко проілюстрував інтенсивність цих зусиль, зокрема, наводячи 26 окремих дезінформаційних атак, що відбулися протягом тижня з 25 по 30 вересня 2023 року. Вони включали необґрунтовані заяви про війська НАТО, які нібито діють на території України, а також принизливе зображення західних інституцій [12]. Інститут вивчення журналістики Reuters повідомив, що

понад 75% населення України отримує новини через соціальні мережі, що робить їх особливо вразливими до цього виду цифрового обману [7]. У відповідь на цей дефіцит запроваджені такі програми як «Вчися розрізняти» (L2D) від IREX, спрямовані на відточування навичок критичного мислення та посилення спроможності до медіа-аналізу. Ця програма, в свою чергу, розширила сферу своєї дії, включивши навчальні плани, присвячені синтетичній медіаграмотності та покращенню практики цифрової безпеки [9]. Окрім позитивних аспектів, які спостерігаються у зв'язку з розвитком цифрових медіа, можна відзначити й ряд негативних. Одним із них є формування ефекту ехокамер у соціальних мережах. Його визначають як «частину інформаційно-комунікаційного простору, який виникає в результаті відмежування від потенційно небезпечного зовнішнього впливу, характеризується наявністю однотипних думок і переконань для суб'єктів однієї спільноти, атрофованістю навички критичного мислення тощо» [5; 71]. Також переважне використання цифрових медіа помітно вплинуло на традиційне медіасередовище України. Фінансові обмеження, до яких додалися ускладнення, притаманні роботі у воєнний час, призвели до закриття багатьох регіональних ЗМІ. Дослідження Національної спілки журналістів України (НСЖУ) показало, що 26% усіх регіональних ЗМІ функціонують без заробітної плати, повністю покладаючись на відданість своїх журналістів [6]. У культурному плані перехід до глобальних потокових платформ, таких як Netflix і YouTube, вплинув на моделі споживання, часто замінюючи місцеву культурну продукцію.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Еволюція способів споживання медіа українцями, перехід від традиційних методів до цифрових, відображає не лише технологічний прогрес, але й значні соціально-політичні та культурні зрушення. На ці зміни суттєво вплинули бурхливі минулі та сучасні події України. Ключові моменти, такі як Революція Гідності, анексія Криму Росією та повномасштабне російське вторгнення, що триває, стимулювали швидке впровадження цифрових медіа та переосмислення способів обміну інформацією.

Як зазначалося, спостерігається зменшення впливу традиційних медіа, таких як телебачення, друковані видання та радіо. Ці медіаформи колись відігравали вирішальну роль у формуванні громадської думки за радянських часів та на початку пострадянського періоду, але вони поступово втрачали свою владу. Цифрові платформи посіли центральне місце у щоденній взаємодії, суттєво впливаючи на суспільні дискусії та залучення громадян. Однак цей зсув не призвів до повного витіснення традиційних медіа, які все ще мають вплив серед людей старшого віку та в сільській місцевості. Той факт, що обидва типи медіа існують разом, підкреслює різноманітність українського суспільства та важливість врахування соціальних факторів при аналізі медіа-середовища.

Цифрові платформи зараз є основним джерелом новин, культурного контенту та публічного дискурсу для громадян України. Цей перехід став сприятливим завдяки зростанню доступу до Інтернету, широкому використанню мобільних технологій та нагальній потребі в миттєвій інформації під час кризи. Однак, розвиток цифрових медіа створює складний набір проблем. Зокрема, поширення дезінформації та пропаганди є безпрецедентним. Крім того, існують інформаційні ехокамери, створені алгоритмами, а також вразливість певних демографічних груп до маніпульованого контенту. Поточна ситуація в Україні демонструє, як цифрові технології, попри їхні потенційні недоліки, можуть бути ефективним інструментом соціальної дії. Цей досвід підкреслює необхідність постійної підтримки незалежної журналістики, підтримки місцевих медіа-проектів та розвитку освітніх програм, які формують у громадян здатність протистояти інформаційним маніпуляціям.

Список використаної літератури

1. Гурова І. В. *Культури співучасті у нових медіа як феномен сучасного культуротворення. Культурологічний альм.*, 2023. Вип. 1. С.167-173.
2. Проценко Д., Тупчієнко Д. *Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід.* Київ : Нац. ун-т «Києво-Могилянська Академія», 2012. 110 с.
3. Пушкар О. І., Грабовський Є.М. *Культура цифрових медіа: навч. посіб.* Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 164 с.
4. Уварова Т.І. *Медіатренди сучасної культури. Культурологічний альм.*, 2022. Вип. 3. С. 267-275.
5. Щербина О., Крикун В., Бауліна Т. *Ехокамера як технологія комунікаційного впливу. Вісник Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Філософія*, 2023. 2 (9). С.68-72.
6. 26% of Ukrainian regional media outlets work without salaries: NUJU's study on industry's critical state. URL: nuju.org.ua/26-of-ukrainian-regional-media-outlets-work-without-salaries-nuju-s-study-on-industry-s-critical-state/?utm_source
7. Hunder M. *Russia vs Ukraine: the biggest war of the fake news era.* URL: <https://www.reuters.com/world/europe/russia-vs-ukraine-biggest-war-fake-news-era-2024-07-31/>
8. Ianitskyi A. *Ukraine. Media Landscapes.* URL: medialandscapes.org/country/ukraine/media/print/?utm_source.
9. IREX expands Learn to Discern with new AI initiatives in Ukraine. URL: https://www.irex.org/news/irex-expands-learn-discern-new-ai-initiatives-ukraine?utm_source

10. Jenkins H. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press, 2006.
11. Kemp S. *Digital 2021: Ukraine*. URL: datareportal.com/reports/digital-2021-ukraine?rq=Digital%202021%3A%20Ukraine
12. Slyvenko O. «Ukrainian Officials are Desperate: Even Foreign Weapons Cannot Change the Battlefield Situation». Overview of Russian Disinformation for September 25-30, 2023. URL: en.detector.media/post/ukrainian-officials-are-desperate-even-foreign-weapons-cannot-change-the-battlefield-situation-overview-of-russian-disinformation-for-september-25-30-2023?utm_source

References

- Hurova I. V. *Kultury spivuchasti u novykh media yak fenomen suchasnoho kulturotvorennia. Kulturolohichniy almanakh*, 2023. Vyp. 1. S.167-173.
- Protsenko D., Tupchiienko D. *Ohliad pidkhodiv do rehuliuвання novykh konverhentnykh audiovizualnykh zasobiv masovoi informatsii: mizhnarodnyi dosvid*. Kyiv : Natsionalnyi universytet «Kyievo-Mohylianska Akademiia», 2012. 110 s.
- Pushkar O. I., Hrabovskiy Ye.M. *Kultura tsyfrovkykh media: navchalnyi posibnyk*. Kharkiv : KhNEU im. S. Kuznetsia, 2022. 164 s.
- Uvarova T. I. *Mediatrendy suchasnoi kultury. Kulturolohichniy almanakh*, 2022. Vyp. 3. S. 267-275.
- Shcherbyna O., Krykun V., Baulina T. *Ekhokamera yak tekhnolohiia komunikatsiinoho vplyvu. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Filosofiia*, 2023. 2 (9). S.68-72.
- 26% of Ukrainian regional media outlets work without salaries: NUJU's study on industry's critical state. URL: nuju.org.ua/26-of-ukrainian-regional-media-outlets-work-without-salaries-nuju-s-study-on-industry-s-critical-state/?utm_source
- Hunder M. *Russia vs Ukraine: the biggest war of the fake news era*. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/russia-vs-ukraine-biggest-war-fake-news-era-2024-07-31/>
- Ianitskiy A. *Ukraine. Media Landscapes*. URL: medialandscapes.org/country/ukraine/media/print?utm_source.
- IREX expands Learn to Discern with new AI initiatives in Ukraine. URL: https://www.irex.org/news/irex-expands-learn-discern-new-ai-initiatives-ukraine?utm_source
- Jenkins H. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press, 2006.
- Kemp S. *Digital 2021: Ukraine*. URL: datareportal.com/reports/digital-2021-ukraine?rq=Digital%202021%3A%20Ukraine
- Slyvenko O. «Ukrainian Officials are Desperate: Even Foreign Weapons Cannot Change the Battlefield Situation». Overview of Russian Disinformation for September 25-30, 2023. URL: en.detector.media/post/ukrainian-officials-are-desperate-even-foreign-weapons-cannot-change-the-battlefield-situation-overview-of-russian-disinformation-for-september-25-30-2023?utm_source

CHANGING MEDIA CONSUMPTION PRACTICES IN UKRAINE : FROM TRADITIONAL TO DIGITAL

Maryna BAIDA – Ph.D, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

This article traces the evolution of media consumption practices in Ukraine, examining the shift from state-controlled traditional media to a diverse range of digital platforms. It analyses the historical, political, and technological factors that have driven this transformation, including the collapse of the Soviet Union, the rise of independent journalism, and the rapid expansion of the Internet. Particular attention is given to the role of social media and mobile applications during critical junctures such as the Revolution of Dignity, the annexation of Crimea, and the ongoing Russian-Ukrainian war. The study highlights both the potential of digital media and the significant challenges posed by disinformation and propaganda campaigns. It underscores the importance of enhancing media literacy and supporting independent media as essential components of Ukraine's information security. The article also reveals that age remains a key determinant of media preferences: older audiences tend to rely on traditional formats, while younger users are more inclined towards interactive digital environments.

Key words: media consumption, Ukraine, digital media, social networks, disinformation, media literacy, generational differences.

UDC 316.77:004.738.5(477) «1991/...»

CHANGING MEDIA CONSUMPTION PRACTICES IN UKRAINE : FROM TRADITIONAL TO DIGITAL

Maryna BAIDA – Ph.D, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

The aim of this article is to examine the evolution of media consumption practices in Ukraine from traditional state-controlled formats to a diverse digital media environment. The study aims to identify the key historical, political, and technological factors that have shaped these changes, with a particular focus on the role of media during pivotal socio-political events such as the Revolution of Dignity, the annexation of Crimea, and the full-scale Russian invasion in 2022.

Research methodology. The article is based on a qualitative analysis of open-source materials, including academic publications, expert reports, media analytics, and statistical data. More than twelve relevant sources were reviewed, encompassing cultural research, digital media studies, public statistics, and media literacy programmes. Historical contextualisation and comparative analysis are employed to trace long-term shifts in Ukrainian media behaviour.

Results. The research identifies several stages in the transformation of media consumption in Ukraine: from the centralised media of the Soviet era to the liberalisation of the 1990 s, the commercialisation of the 2000 s, and the digitalisation intensified by military conflict and crisis. The study demonstrates how digital platforms – especially social media and messaging apps – have become crucial tools for communication, news, and civic mobilisation. A

generational gap in media preferences is highlighted: older audiences continue to rely on television and print media, while younger users engage with interactive and mobile formats. The study also documents the decline of regional media outlets and the emergence of new forms of user-generated journalism.

Novelty of the article lies in its integrated approach to analysing Ukrainian media consumption as both a technological and socio-cultural phenomenon. It highlights how war, crisis, and digital infrastructure jointly reconfigure the media environment, and how media platforms shape patterns of public communication and information resilience in real time.

The practical significance. The findings are relevant for media researchers, cultural scholars, educators in the field of media literacy, and civil society actors countering disinformation. The article also contributes to a better understanding of how digital media function under conditions of hybrid warfare, political instability, and societal transformation.

Key words: media consumption, Ukraine, digital media, social networks, disinformation, media literacy, generational differences.

Стаття надійшла до редакції 03.05.2025

Отримано після доопрацювання 24.05.2025

Прийнято до друку 26.05.2025.

УДК 785:[781.68+004.8](477)(045)

ШІ У МУЗИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ : ТРАНСФОРМАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ

Інна АНТИПІНА – доктор філософії, викладачка кафедри теорії та історії культури, начальниця науково-інформаційного відділу Центру музичної україністики ім. Героя України М. Скорика, НМАУ ім. П. І. Чайковського, Київ, Україна
<https://orcid.org/0000-0003-3845-9629>
<https://doi.org/10.35619/ucpmk.50.981>
innaantipina92@gmail.com

Досліджується вплив штучного інтелекту (ШІ) на трансформацію креативних процесів у музичній індустрії. Авторка розглядає, яким чином сучасні алгоритмічні системи – зокрема моделі глибокого навчання та генеративні нейронні мережі – змінюють традиційні уявлення про композиторську творчість, музичну форму та естетичну цінність. Особлива увага приділена культурологічному виміру цієї взаємодії: питанням авторства, автентичності, сприйняття музики слухачами та співіснування технологічних і людських стратегій творення. Аналізуються сучасні приклади коавторства людини і ШІ, а також порушуються етичні, правові та соціокультурні аспекти алгоритмізації мистецтва. У висновках наголошено на фрагментарності існуючих досліджень та окреслено перспективи подальшого міждисциплінарного вивчення нових форм штучної креативності в музичному мистецтві.

Ключові слова: штучний інтелект, музична творчість, алгоритмічна композиція, креативність, авторство, естетика, культурологія.

Постановка проблеми. У сучасному світі стрімкий розвиток технологій штучного інтелекту (ШІ) суттєво впливає на різні сфери людської діяльності, зокрема музичну індустрію. ШІ не лише автоматизує рутинні процеси, але й активно втручається у творчі аспекти, змінюючи традиційні підходи до створення, виконання та споживання музики.

Використання ШІ у музичній сфері відкриває нові обрії для композиторів та виконавців. Алгоритми глибокого навчання здатні генерувати музичні композиції, імітуючи стилі різних жанрів та авторів різних епох. Це дозволяє митцям експериментувати з новими формами та звучаннями, розширюючи межі традиційної музичної творчості. Наприклад, генеративні моделі, такі як *Music Transformer*, демонструють здатність створювати музичні твори з довготривалою структурою та логічною послідовністю. Крім того, ШІ сприяє інтерактивності у музичному мистецтві. Системи, що реагують на дії виконавця або аудиторії в реальному часі, дозволяють створювати унікальні імпровізації та адаптивні перформанси. Це відкриває нові можливості для живих виступів та взаємодії з публікою.

Незважаючи на значні переваги, інтеграція ШІ у музичну індустрію породжує низку викликів. Одним із головних є питання авторського права та інтелектуальної власності. Використання ШІ для створення музики піднімає складні питання щодо прав на згенерований контент та використання існуючих творів для навчання моделей. Етичні аспекти також потребують уваги. Залучення ШІ у творчий процес може призвести до втрати унікальності та індивідуальності музичних творів, оскільки алгоритми часто базуються на аналізі вже існуючих шаблонів. Це викликає дискусії щодо справжньої креативності та оригінальності таких композицій.

Враховуючи швидкий розвиток технологій ШІ та їх вплив на музичну індустрію, необхідні подальші дослідження для глибшого розуміння цих процесів. Особливо важливо вивчати як ШІ може співіснувати з людською творчістю, доповнюючи її, а не замінюючи. Також слід розробити відповідні правові та етичні норми, що регулюватимуть використання ШІ у музичній сфері, забезпечуючи