

УДК: 070:004(477)

*Касьяненко А. Т., здобувачка вищої освіти,
Татакі О. О., старший викладач кафедри інформаційної діяльності
та медіа-комунікацій Інституту гуманітарних наук,
Національний університет «Одеська політехніка»*

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАСЕКТОРУ

Анотація. Описано структуру сучасного українського медіасектору та основні тенденції його розвитку, як-от диджиталізація і мобільні платформи. Закцентовано на переході від традиційних до цифрових медіа, включно з соціальними мережами та відеоплатформами.

Ключові слова: інформаційний ринок, український медіасектор, цифрові медіа, диджиталізація, медіаграмотність.

Вступ. Медіа – це важлива частина українського інформаційного ринку, що трансформуються під впливом цифрових технологій. Основні зміни пов'язані з переходом від традиційних медіа, як-от друковані видання, телебачення та радіо, до сучасних цифрових платформ, як-от онлайн-медіа, соціальні мережі та відеохостинги. Цей перехід призвів до зменшення аудиторії традиційних медіа та необхідності адаптуватися до нової конкуренції з боку цифрових медіа.

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що сучасний український медіасектор знаходиться в процесі активних змін, які впливають на способи отримання інформації, перетворення традиційних ЗМІ та розвиток нових цифрових платформ, оскільки зростання популярності соціальних мереж і відеоплатформ свідчить про зміну інформаційних пріоритетів суспільства, а також про необхідність адаптації медіа до нових умов.

Метою цієї розвідки є виявлення особливостей сучасного українського медіасектору в умовах активної диджиталізації, зміни споживчих пріоритетів та зростаючого впливу соціальних мереж.

Основний текст. Хоча телебачення залишається важливим джерелом новин для значної частини населення, його все частіше замінюють онлайн-платформи, зокрема сайти потокового відео, як-от YouTube. Згідно з дослідженням BOYRESEARCH, станом на 2023 рік приблизно 32 % українців сприймають телевізійний контент через цифрові платформи, що є найвищим показником серед усіх видів споживання контенту (<https://espresso.tv/yak-ukraintsi-migruyut-media-spozhyvannya-v-onlayn-zrostannya-populyarnosti-ott-servisiv-ta-ikh-vpliv-na-reklamu>).

Через зменшення тиражів і зниження попиту на друковані видання значна частина друкованих ЗМІ також переходить в онлайн. У січні 2020 року експертна група ІДПО виявила, що багато друкованих ЗМІ створюють онлайн-видання, щоб розширити свою читацьку аудиторію та адаптуватися до цифрової реальності [1].

Цифрові медіа, як-от соціальні мережі та відеоплатформи, стали домінуючими на інформаційному ринку України, витіснивши традиційні ЗМІ: за опитуванням USAID-Internews, 76 % українців отримують інформацію з соціальних мереж, тоді як телебаченням користуються лише 30 % респондентів [2].

Соціальні медіаплатформи, як-от Facebook і Telegram, а також відеоплатформи, надають миттєвий доступ до новин і дають змогу користувачам взаємодіяти з контентом. Це створює нові виклики для традиційних медіа, змушуючи їх адаптуватися, впроваджуючи мультимедійні засоби для залучення аудиторії. Так значна кількість інтернет-ЗМІ в Україні активно використовує соціальні мережі як джерело інформації та платформу для поширення контенту.

Цифрові медіа змінили спосіб споживання новин, вплинули на структуру українського інформаційного ринку, змусивши традиційні медіа адаптуватися до нової реальності.

Варто зазначити, що тенденції в українському медіасекторі включають диджиталізацію та зростаючу роль мобільних платформ. Згідно з дослідженням USAID-Internews 2024 року, 90 % українців використовують смартфони для споживання новин, а 84 % отримують інформацію через соціальні мережі [3]. Це змушує медіа адаптувати свої продукти до мобільних пристроїв. Однак разом із цими можливостями зростає і проблема дезінформації та необхідність підвищення рівня медіаграмотності серед населення. Дослідження «Детектора медіа» показує, що кількість українців з високим індексом медіаграмотності знизилася за другий рік війни, що підкреслює важливість освітніх ініціатив у цій сфері [4].

До того ж українські ЗМІ стикаються з проблемами незалежності через концентрацію медіаресурсів у руках невеликої кількості великих компаній. За даними моніторингу, що проводився Інститутом масової інформації ще кілька років тому, перехресна концентрація медіавласності в Україні оцінювалася як помірною, що свідчить про відчутний вплив великих компаній на ринку (<https://ukraine.tom-rsf.org/ua/znakhidki/indikator/>). Незважаючи на це, існують незалежні проекти, наприклад, «Слідство.інфо» та «Українська правда», що продовжують процвітати і намагаються залишатися неупередженими, висвітлюючи актуальні питання. Так, «Слідство.інфо» підкреслило свою відданість незалежній журналістиці, отримавши нагороду Free Media Pioneer Award за якісне висвітлення подій воєнного часу (<https://www.slidstvo.info/news/slidstvo-info-otrymalo-nagorodu-free-media-pioneer-award-za-yakisne-vysvitlennya-podij-v-umovah-vijny/>).

Висновки. Український медіасектор перебуває у стані постійних змін під впливом нових технологій, і його подальший розвиток залежить від здатності адаптуватися до глобальних та регіональних викликів. Провідні вітчизняні фахівці-дослідники вважають, що український медіасектор розвивається, адаптується до сучасних викликів та шукає шляхи розвитку нових форм медіакомунікації [5]. А тому в умовах політичної нестабільності особливу увагу варто приділити регулюванню цифрових медіа та сприянню незалежній журналістиці.

Отже, вважаємо, що подальші дослідження доцільно проводити, зокрема, щодо впливу цифрових платформ на якість інформації та рівень медіаграмотності населення, а також можливостей адаптації традиційних медіа до умов сучасної цифрової епохи. А також варто приділити увагу підвищенню ефективності діяльності українських медіаструктур в умовах інформаційної війни, що безпосередньо актуалізується сучасним станом збройного протистояння нашої держави країні-агресору.

Список використаних джерел

1. Стеблина Н. Редакційна залежність та інтернет-слабкість реформованих українських ЗМІ: дослідження ІДПО. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/redaktsijna-zalezhnist-ta-internet-slabkist-reformovanyh-ukrayinskyh-zmi-doslidzhennya-i32077> (дата звернення: 22.10.2024).
2. Чорна О. Більшість українців дізнаються новини із соціальних мереж за допомогою смартфонів – дослідження USAID-Internews. URL: <https://detector.media/infospace/article/218808/2023-11-01-bilshist-ukraintsiv-diznayutsya-novyny-iz-sotsialnykh-merezh-za-dopomogoyu-smartfoniv-doslidzhennya-usaid-internews/> (дата звернення: 22.10.2024).
3. Баркар Д. Залежність онлайн-медіа від соціальних мереж: моніторинг ІМІ. Київ: 2023. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/zalezhnist-onlajn-media-vid-sotsialnyh-merezh-monitoring-imi-i62903> (дата звернення: 22.10.2024).
4. Трапезнікова Д. Життя у смартфоні. Як українці користувалися медіа й соцмережами 2024 року – дослідження USAID / Internews. URL: <https://mediamaker.me/usaid-internews-2024-mediaspozhyvannya-ukraincziv-12518> (дата звернення: 22.10.2024).
5. Кирянова Т. Виклики та перспективи розвитку медіа в Україні. URL: <https://opentv.media/ua/vikliki-ta-perspektivi-rozvitku-media-v-ukrayini> (дата звернення: 22.10.2024).