

А. Шелестова

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІА В УКРАЇНІ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ

A. Shelestova

DIGITAL TRANSFORMATION OF MEDIA IN UKRAINE: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Процес цифрової трансформації, які відбуваються у всьому світі, докорінно змінюють медіаіндустрію, і Україна не становить виняток. А повномасштабне вторгнення росії в Україну значно прискорило діджиталізацію медіасфери в Україні. Перехід на нові цифрові платформи зумовлює кардинальні зміни у структурі роботи медіа, пошук нових моделей взаємодії з аудиторією та способів монетизації контенту. Цифрова трансформація надає нові можливості для медіа.

Змінюється спосіб споживання контенту користувачами. Це проявляється в тому, що традиційне телебачення, радіо та друковані ЗМІ поступово втрачають свою аудиторію на користь онлайн-платформ, адже користувачі все більше використовують Інтернет для отримання новин, інформації, проведення вільного часу. Все більша частка користувачів взаємодіє з медіаконтентом через мобільні пристрої такі, як смартфони та планшети, що змушує ЗМІ адаптувати свій контент під мобільні формати (наприклад, reels, сторіс). Такі соціальні мережі, як Facebook, Instagram, TikTok, та месенджери, такі як Telegram, стали важливими джерелами інформування, новин і публічного обговорення. Відповідно, у таких реаліях українські медіа мають адаптуватися до змін щодо формату та способів, каналів подання контенту, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Ще одним аспектом цифрової трансформації є поява нової економіки медіа, яка проявляється в змінах у моделях монетизації контенту. Зокрема, одним із рішень для медіа стало введення платних підписок для користувачів (наприклад, paywall). Ця модель вже успішно працює в західних країнах і набирає популярності в Україні. Зростає популярність нативної реклами та брендovanого контенту. Це пов'язано з тим, що класична банерна реклама втрачає ефективність через те, що в користувачів формується так звана банерна сліпота й активно використовуються блокувальники реклами в браузерях. Тому багато українських медіа звертаються до створення нативної реклами та партнерських проєктів, які виглядають як частина контенту, але мають рекламну природу. Незалежні медіа та невеликі платформ звертаються до такої моделі, як краудфандинг та донати, що стає важливим джерелом фінансування таких медіа, адже аудиторія добровільно підтримує проєкти фінансово.

Зростання популярності подкастів є однією з найважливіших тенденцій цифрової епохи. Українські медіа активніше використовують цей формат для створення новинного, аналітичного, оглядового, просвітницького та розважального контенту. Великої популярності набуває відеоконтент та прямі трансляції, тому YouTube та стримінгові платформи стали потужними інструментами для медіа. Прямі трансляції, репортажі та висвітлення подій у режимі реальному часу, а також використання відеоформатів сприяють залученню ширшої аудиторії. Не менш популярними є такі інтерактивні формати взаємодії з аудиторією, як інтерактивні історії, візуалізація даних, опитування, обговорення й голосування. Це дозволяє

медіа створювати динамічний контент, який, як показує практика, більше цікавить і залучає користувачів.

Використання штучного інтелекту та big data в журналістиці допомагає у зборі та обробці великих обсягів даних, автоматично генеруючи новини або аналітичні матеріали. Вже сьогодні деякі західні та українські медіа використовують подібні технології для створення контенту, наприклад оглядів спортивних змагань. Великі дані дозволяють медіа аналізувати поведінку користувачів і персоналізувати контент, що дозволяє підвищувати рівень залученості аудиторії.

Поряд із розширенням можливостей, перед сучасними медіа постають і серйозні технологічні виклики, пов'язані з питаннями загроз кібербезпеці та безпеці даних, адже цифровізація медіа робить їх вразливими до кібератак, зломів сайтів, витоку інформації та дезінформації. Українські медіа, особливо під час війни, стикаються з постійними інформаційними та кібератаками з боку росії, що робить безпеку даних критично важливою, особливо дуже важливими є питання щодо збереження та оброки персональних даних користувачів та іншої конфіденційної інформації. З початком повномасштабної війни росії проти України значно зросла кількість кібератак на українські медіа та державні платформи. Це стимулювало уряд та медіасектор до активної співпраці з великими ІТ-компаніями, такими як Google та Amazon, для посилення кіберзахисту та збереження цифрових даних. Такі заходи забезпечили безперебійне функціонування медіасфери навіть під час активної фази війни.

Отже, у сучасних реаліях для успішної цифровізації українським медіа потрібні інвестиції в технологічні платформи, професійний розвиток співробітників та інтеграцію нових інструментів роботи з аудиторією. Навчання й підготовка журналістів, які володіють навичками роботи з новими технологіями та цифровими інструментами, є важливою складовою адаптації до цифрового світу. І не менш важлива співпраця з міжнародними партнерами та обмін досвідом, що може допомогти українським медіа більш ефективно переходити до цифрових форматів і впроваджувати новітні практики.

Вже сьогодні українські медіа активно використовують інноваційні рішення для комунікації з громадянами та світовою спільнотою. Наприклад, через соціальні медіа та цифрові платформи вдалося не лише інформувати світову спільноту про події в Україні, а й організувати цифрові ініціативи, спрямовані на мобілізацію підтримки, збору гуманітарної допомоги та поширення правдивої інформації у відповідь на дезінформаційні кампанії. Мобільні застосунки та соціальні мережі стали основними каналами для оперативного донесення інформації.

Отже, цифрова трансформація медіа в Україні не тільки стала необхідністю через війну, але й відкрила нові можливості для розвитку медіасектора, зміцнення кібербезпеки та комунікації з аудиторією в нових умовах.