

DOI: 10.20535/2522-1078.2025.2(18).343702

ROR: 01w60n236

УДК 007 : 304 : 070

Надходження до редакції: 05.10.2025

Прийняття до друку: 21.10.2025

**Тат'янченко А. Ю.**

*аспірант кафедри журналістики та філології  
Сумського державного університету,  
м. Суми, Україна*

a.tatyanchenko@journ.sumdu.edu.ua

ORCID 0009-0004-4852-3334

**Tatyanchenko A.**

*PhD Student, Department of Journalism  
and Philology, Sumy State University,  
Sumy, Ukraine*

a.tatyanchenko@journ.sumdu.edu.ua

ORCID 0009-0004-4852-3334

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАПРОСТОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КОНВЕРГЕНЦІЇ**

### **TRANSFORMATION OF THE UKRAINIAN MEDIA SPACE IN THE TIME OF WAR: CHALLENGES AND PROSPECTS FOR CONVERGENCE**

**Анотація.** Україна нині перебуває в активній фазі інформаційного протистояння, яке є ключовим елементом сучасної ідеологічної війни. У цьому контексті спостерігаються суттєві зміни в процесах медіаконвергенції, що проявляються в оновленій структурі та функціонуванні українського інформаційного середовища. Мета статті — окреслити специфіку процесів зміни медіапростору в умовах російсько-української війни. Використані загальнонаукові методи теоретичного аналізу, зіставлення, систематизації та узагальнення матеріалу дозволили реалізувати дослідження. Описовий метод дозволив охарактеризувати типові характеристики медіаконвергенції українського інфополя та означити чинники трансформації окресленого явища в умовах російсько-української війни. Методи узагальнення та систематизації використані для формулювання висновків щодо змін українського медійного середовища та дозволили окреслити перспективи процесів конвергенції. У результаті дослідження встановлено, що повномасштабна російсько-українська війна стала каталізатором глибинних змін в українському медіапросторі. Конвергенція медіа виявляється не лише на технологічному, а й на змістовому та організаційному рівнях: трансформується структура редакцій, зростає роль мультимедійного контенту, змінюється взаємодія між журналістами, аудиторією та комунікаційними платформами. Визначено, що нові форми конвергентного контенту відіграють ключову роль у процесах комеморації, мобілізації суспільства та протидії інформаційним загрозам. Висвітлено специфіку адаптації медіа до умов війни, зокрема через використання цифрових технологій, сторітелінгу, інтеграції PR-практик та нових форматів подачі новин. Конвергентна медіамодель формується як гнучка система, здатна забезпечити стійкість

інформаційного простору в умовах гібридної агресії. Подальші дослідження доцільно спрямувати на аналіз ефективності візуальної комунікації та цифрової пам'яті у трансляції досвіду війни та формуванні національного нарративу.

**Ключові** слова: інформаційний простір, ковергенція, конвергентний контент, медіа, медіадискурс, медіатекст, російсько-українська війна.

**Abstract.** Ukraine is currently in an active phase of information confrontation, which is a key element of modern ideological warfare. In this context, significant changes are observed in the processes of media convergence, which are manifested in the updated structure and functioning of the Ukrainian information environment. The aim of the article is to outline the specifics of the media space transformation processes under the conditions of the Russian-Ukrainian war. The general scientific methods of theoretical analysis, comparison, systematization, and generalization of the material were used to implement the study. The descriptive method allowed for characterizing the typical features of media convergence in the Ukrainian information field and defining the factors of the outlined phenomenon's transformation during the Russian-Ukrainian war. The methods of generalization and systematization were used to formulate conclusions regarding the changes in the Ukrainian media environment and helped to outline the prospects for convergence processes. As a result of the research, it was established that the full-scale Russian-Ukrainian war has become a catalyst for profound changes in the Ukrainian media space. Media convergence is evident not only at the technological level but also at the content and organizational levels: editorial structures are being transformed, the role of multimedia content is growing, and the interaction between journalists, the audience, and communication platforms is changing. It has been determined that new forms of convergent content play a key role in the processes of commemoration, social mobilization, and countering information threats. The specifics of media adaptation to wartime conditions are highlighted, particularly through the use of digital technologies, storytelling, the integration of PR practices, and new news delivery formats. The convergent media model is forming as a flexible system capable of ensuring the stability of the information space in the context of hybrid aggression. Further research should be directed towards analyzing the effectiveness of visual communication and digital memory in transmitting the experience of war and shaping the national narrative.

**Keywords:** information space; coherence; convergent content; media; media discourse; media text; Russian-Ukrainian war.

**Вступ.** XXI століття ознаменувалося активним розвитком технологічних інновацій, що вплинуло на появу і розвиток нових трендів у медіагалузі. Одним із провідних аспектів змін стала медіаконвергенція. Закцентуємо увагу, що нині Україна перебуває в активній фазі інформаційної війни, що є невід'ємною складовою ідеологічного

протистояння сучасності. Попри відсутність безпосереднього фізичного впливу, вона суттєво впливає на формування уявлень людини про реальність, змінюючи її світоглядні орієнтири. У цьому контексті медіа виконують роль ключових агентів впливу, транслюючи інформацію не лише відповідно до журналістських стандартів, а й з огляду на інтереси власників медіаресурсів, редакційні настанови, політичне замовлення, запити аудиторії.

Особливої уваги потребує актуальний стан медіасередовища, у якому інформаційне протиборство реалізується через стратегічну подачу новин, використання емоційно забарвлених повідомлень і маніпулятивних технік. Такий тип війни, хоча й не спричиняє прямих втрат чи руйнувань, здатен дестабілізувати суспільство, впливаючи на його психологічну стійкість і здатність критично сприймати інформацію. Йдеться про боротьбу за контроль над свідомістю громадян, у якій журналісти та медіа загалом виступають не лише посередниками, а й активними учасниками формування публічного дискурсу.

Процеси трансформації медіапростору набули певної специфічності від початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Це обумовило і зміни у конвергенції, що нині відслідковуємо в українському інформаційному середовищі. Активний розвиток явища конвергенції на сучасному етапі російсько-української війни обумовлює актуальність наукової розвідки.

Питання конвергенції в медіа широко досліджували науковцями. Конвергенція ними розглядається як «злиття друкованих видань, телебачення, радіо та інтернету — разом із портативними та інтерактивними технологіями через різні цифрові медіаплатформи» [18]; як «явище, що передбачає взаємозв'язок інформаційних і комунікаційних технологій, комп'ютерних мереж і медіаконтенту» [19]; як здатність одного й того ж контенту функціонувати через різні платформи та адаптуватися під різні канали комунікації без втрати сенсу [17]; як розвиток медіаіндустрії, яка «охоплює інновації в контенті, технологічний прогрес та поширення контенту, що змінює способи споживання та взаємодії з медіа» [21] тощо.

**Мета роботи** — окреслити специфіку процесів зміни медіапростору в умовах російсько-української війни. Мета роботи передбачає вирішення таких завдань: узагальнити і деталізувати явище конвергенції в українському сучасному соціокомунікаційному дискурсі. Об'єкт дослідження — явище конвергенції, предмет дослідження — канони

конвергенції та особливості їх змін, що обумовлені російсько-українською війною.

**Методи.** У дослідженні застосовано загальнонаукові методи теоретичного аналізу, зіставлення, систематизації та узагальнення, що забезпечили всебічне опрацювання теми. Описовий метод дав змогу виокремити ключові риси медіаконвергенції в українському інформаційному просторі та проаналізувати чинники її трансформації в умовах російсько-української війни. Методи узагальнення та систематизації стали підґрунтям для формування висновків щодо змін у медіасередовищі та визначення перспектив подальшого розвитку конвергентних процесів. Порівняльно-історичний метод сприяв виявленню змін у функціонуванні медіа до та після початку повномасштабної війни. Метод кейс-стаді застосовувався для розгляду окремих прикладів функціонування конвергентних медіа в умовах воєнного часу (зокрема приклади регіональних ЗМІ, мультимедійних платформ, інтеграції новин, PR і соціальних мереж). Комплексність методології забезпечила глибше розуміння трансформаційних процесів у медіа, спричинених війною, а також дозволила окреслити роль конвергенції як механізму адаптації журналістики до кризових умов.

**Результати.** Становлення сучасної конвергенції в медіа стало викликом для сфери соціальних комунікацій. Процеси конвергенції сьогодні мають широке розгалуження: від структурно-організаційного рівня трансформації редакції до специфіки творення і транслявання гетерогенного медіаконтенту, а також взаємодії медійник-споживач. Л. Василик зацентровує увагу, що «видозміна комунікаційних технологій сприяє конвергенції на трьох рівнях: ринковому (конвергенція як бізнес), редакційному (менеджмент) та жанровому (контент)» [2, 42].

Багатозначність та багатоплановість трактування поняття медіаконвергентності обумовило значну увагу як науковців галузі, так і практиків до означеного питання, а також сприяло дослідженню етапів трансформації явища в інформаційно-комунікаційній сфері. На масштабності явища конвергенції акцентує увагу Ю. Половинчак, адже «ідеться не лише про зміни у медіаспоживанні, а і про трансформацію інформаційного простору як площини найрізноманітніших соціокультурних практик» [9, 32], що охоплюють зокрема інформаційні війни.

Узагальнюючи теоретичну складову частину явища конвергенції, Л. Василик виділяє основні його концепції через поняття «злиття»: «злиття технологій; злиття раніше роз'єднаних і віддалених один від

одного традиційних медіа; злиття ринків; злиття власне інформаційного продукту: текст, графіка, звук, відео інтегруються в єдиний інформаційний продукт, який позначають терміном «мультимедіа»; уможливлення керування мультимедійним інформаційним потоком з єдиного центру [3]. Зокрема науковиця наголошує на єдності складників медіаконвергенції у системі соціальних комунікацій: «медіакомпанії, технології професіоналів та аудиторію в усіх фазах виробництва, поширення та споживання контенту будь-якого виду» [3].

Уточнюючи трактування процесу медіаконвергенції, І. Новосельський говорить про «розширення комунікаційних платформ для просування інформаційного ресурсу, поширення його контенту й організації зворотного зв'язку, що забезпечує інтерактивну властивість медіа» [8, с. 59]. При цьому вчений зважає на характеристики нових медіа: «різні типи мовлення на одному ресурсі; одночасні виклад інформації та її інтерпретація; персоналізація інформації; конкретність формулювання й оприлюднення інформації, орієнтованість її на життєве середовище; адресність; продукування електронної реклами та вірусного контенту; інтерактивність через запровадження онлайн-комунікації та інтерактивних чатів; функціонування стрімінгових відео та музичних сервісів; оцифрування» [8, с. 59–60].

У цьому аспекті варто сьогодні звернути особливу увагу на вплив російсько-української війни на процеси творення та транслявання медіатекстів різними інформаційними платформами. У таких умовах запит аудиторії на актуальну інформацію та швидкий доступ до неї значно зріс. Таким чином, серед зазначених вище характеристик виокремлюємо регіональний аспект інформаційних повідомлень. Тож сучасні медіа мають балансувати між новинними повідомленнями (попит на які значно збільшився) і мультимедійними продуктами. Теперішні обставини обумовили необхідність творення конвергентного контенту, орієнтованого на різні медіаплатформи, враховуючи регіональний чинник.

Вивчаючи сутність та типологію медіаконвергенції, О. Крикуненко визначає це як «еволюційний процес, зумовлений розвитком інформаційно комунікаційних технологій» [5, 79]. Знакову роль у цьому процесі дослідник надає цільовій аудиторії, яка створює підтримку та впливає на вироблення контенту та ухвалення певних редакційних рішень щодо його транслявання. І. Тонкіх зокрема звертає увагу, що «формат месенджера зберігає ілюзію неформального міжособистісного спілкування,

і хоча користувач не має змоги вести діалог у публічних каналах у традиційній формі, засоби інтерактивного зв'язку дають змогу зберігати двосторонню комунікацію з аудиторією» [11, 51].

Дослідження процесу конвергенції суспільних відносин дозволило Т. Бельській, М. Лашкіній зауважити, що «цінність інформації залежить також від швидкості її передачі, а інструментом соціального обміну виступає комунікативна діяльність як потреба або як результат розвитку відносин» [1, 21]. Однак в умовах війни цей процес обумовлюється і кризою інформаційних ресурсів: обмежений доступ до онлайн-платформ, неможливість видавати друковану версію, відсутність фізичного доступу до споживача, небезпечність умов редакційної офлайн-роботи, фінансова нестабільність, вимушене релакування тощо.

Конвергентність, як стверджує певна частина науковців, передбачає об'єднання різних форм медіаконтенту в єдину інформаційно-комунікаційну систему з використанням сучасних цифрових технологій. Однак у сучасному інформаційному середовищі конвергенція розглядається не лише як результат технічного розвитку, а як складний культурний процес, що трансформує способи виробництва, поширення та споживання медіаконтенту. За визначенням Г. Дженкінса, конвергенція є «стратегією еволюційних змін» [17, 11], що підкреслює її динамічний і поступовий характер. Автор підкреслює, що конвергентність охоплює не тільки технологічний аспект (інтеграція різних типів контенту на одній платформі), а й зміну взаємодії між медіа, аудиторією та інформаційними потоками. Однією з ключових тез Г. Дженкінса є заперечення ідеї «чорної скриньки» — універсального пристрою, здатного поєднати всі види медіа. Натомість, на його думку, медіаконвергенція — це процес, у межах якого різні платформи співіснують, доповнюючи одна одну, а не витісняючи. Особливу увагу дослідник приділяє ролі аудиторії в умовах конвергентної культури. У центрі уваги — поняття культури участі (*participatory culture*), у межах якої користувачі не просто споживають інформацію, а стають активними суб'єктами її створення, редагування і поширення. Цей процес, на думку Г. Дженкінса, сприяє формуванню колективного інтелекту — спільного ресурсу знань, що акумулюється через взаємодію інтернет-спільнот. А. Досенко наголошує на дієвості та впливовості комунікаційних платформ, адже «публікуючи конвергентний контент на сторінках своїх майданчиків комунікаційні платформи піднімають, висвітлюють розслідувальні кампанії злочинної діяльності рф, що стимулює ведення антипропагандистської

діяльності та посиленню національної свідомості українців» [4, с. 294]. Отже, застосування концепції культурної медіаконвергенції в українському інформаційному просторі особливо актуалізується в умовах повномасштабної війни, коли ефективна комунікація, оперативність і взаємодія між платформами стали критично важливими. Конвергентні процеси в цей період посилили адаптивність медіа до нових викликів, а також залучили ширшу аудиторію до інформаційного спротиву, що надає дослідженню значущості.

М. Дьюз [15; 16] розглядає конвергенцію як спосіб злиття не лише технологій, а й професійних практик у журналістиці. Він зазначає, що журналісти змушені працювати в умовах багатоформатності та кросмедійності, освоюючи одночасно ролі репортера, монтажера, фотографа й менеджера контенту. Це особливо помітно в умовах війни, коли ресурси медіа обмежені, а потреба в достовірному інформуванні зростає.

Опираючись на класифікацію Т. Барта, до визначених ним рівнів конвергенції (інституційна та функціональна) українська дослідниця Ю. Полончак додає суб'єкту, що полягає у «зрощенні і змішуванні ролей — читача, автора, співавтора, перекладача, критика, видавця, коректора тощо» [9, с. 33]. З огляду на сьогодишню ситуацію в Україні такий рівень конвергенції перебирає на себе провідну роль. Брати участь у виробництві інформаційного продукту користувач має не заради обрання зручного формату чи платформи споживання контенту. Війна змінила акценти і обумовила запит аудиторії на швидкий і зручний доступ до важливої інформації. Таким чином, споживач зважає не тільки на якість трансльованої інформації, а й на її оновлення, фільтрацію, комбінування, мову (важливо для іноземного споживача). Для споживача в умовах війни значимою є дистрибуція контенту — активне залучення користувачів до репостів і вподобань медіаповідомлень сприяє збільшенню їх видимості, тим самим розширює коло споживачів. При цьому варто відмітити роль різних медіаканалів, серед яких одне з провідних місць займають офіційні сторінки медіа в соціальних мережах. Отже, в умовах російсько-української війни основна функціональна роль конвергентних медіа — це комунікація й інформування, тоді як інфотеймент втрачає свої позиції.

У процесі цифрової трансформації журналістики, а особливо в умовах російсько-української війни, в українському медіапросторі дедалі чіткіше проявляється тенденція до формування нового типу новинного контенту. Такий тип контенту Дж. Павлік зокрема окреслює як

контекстуалізована журналістика (contextualized journalism). Цей підхід є відповіддю, по-перше, на виклики цифрової епохи, по-друге, на зміну інформаційних потреб аудиторії. Контекстуалізована журналістика, як визначає дослідник, ґрунтується на п'яти ключових вимірах, які принципово змінюють традиційні моделі комунікації в медіа [20, с. 4]. По-перше, йдеться про розширення комунікаційних модальностей — використання не лише тексту, а й відео, аудіо, графіки, інтерактивних елементів для глибшого розкриття теми. Така багатовимірність створює нові можливості для занурення користувача в інформаційне середовище. По-друге, гіпермедійність забезпечує нелінійний доступ до інформації — через посилання, гіпертекстову структуру, мультимедійні вставки. Це дозволяє користувачам самостійно формувати маршрут ознайомлення з матеріалом, заглиблюючись у ті аспекти, які становлять для них найбільший інтерес. Третій вимір — це зростаюча залученість аудиторії. Користувачі не просто отримують інформацію, а активно взаємодіють із контентом, коментують, поширюють, іноді навіть співстворять його у форматі «громадянської журналістики» або UGC (user-generated content). Четвертою рисою є динамічність контенту: у цифровому середовищі новини можуть оновлюватися в реальному часі, що сприяє оперативності та релевантності інформаційного потоку. Нарешті, персоналізація (customization) дозволяє адаптувати контент до індивідуальних потреб користувачів за допомогою алгоритмів, що враховують поведінку, інтереси та запити споживача.

Усі ці характеристики визначають нову якість журналістики в умовах цифрової конвергенції. В умовах війни, коли інформація відіграє критично важливу роль для мобілізації суспільства, підтримки морального духу та боротьби з дезінформацією, контекстуалізована журналістика дозволяє створювати більш глибокі, адаптивні й емоційно залучені наративи. Це, своєю чергою, підсилює функцію медіа як важливого елементу інформаційного спротиву.

Одним із ключових проявів медіаконвергенції у сфері масових комунікацій також є інтеграція різних інформаційно-комунікативних практик — передусім журналістики, маркетингових комунікацій, зокрема паблік рилейшнз та реклами. Особливий інтерес науковців викликає саме взаємодія журналістики та зв'язків із громадськістю в межах сучасного медіасередовища [10; 13]. Конвергенція цих сфер зумовлена низкою чинників, серед яких дослідники виділяють технологічний прогрес, трансформацію ролі аудиторії, а також еволюцію

медіаринку, що дедалі більше орієнтується на швидкість, персоналізацію та багатоформатність комунікації.

У цих умовах постає потреба в нових моделях взаємодії між журналістами та PR-фахівцями, які працюють із контентом у межах одних і тих самих платформ, іноді — в межах єдиних редакційних структур. Такий підхід веде до розмивання традиційних професійних меж та формування гібридних форматів комунікації, що включають як журналістські наративи, так і елементи стратегічного медіапланування. Як зазначають Телетов О., Телетова С., «наслідком цих інтеграційних процесів стало формування глобального інформаційного простору, який являє собою складну динамічну систему взаємодії і взаємопроникнення його основних підсистем, таких як журналістика та паблік рилейшнз» [10, с. 171]. У сучасних реаліях, особливо в умовах воєнного стану, це злиття відіграє стратегічну роль у формуванні громадської думки, підтриманні соціальної єдності та протидії дезінформації. Такий контекст актуалізує подальше наукове осмислення конвергенції як медіа- та комунікаційного феномену.

В сучасному інформаційному просторі нові медіа та медіаконвергентність «створюють етичні та безпекові виклики, такі як поширення фейк-новин, проблеми з приватністю даних та кібербезпекою» [6, с. 137]. В умовах війни питання етики та безпеки набуває ще більшої вагомості. Розвиток конвергентних медіа актуалізував низку викликів, пов'язаних із взаємодією традиційних медіа та соціальних платформ. Значна частина комунікації в соціальних мережах базується на контенті, створеному професійними журналістами, проте його подальше поширення відбувається у середовищі, де відсутні чіткі етичні чи професійні стандарти.

Війна продемонструвала й суперечливу роль соціальних медіа: з одного боку, вони стали важливим інструментом інформування, мобілізації та волонтерської координації, а з іншого — каналом поширення ворожої пропаганди, фейків і паніки. У таких умовах виникає потреба в оновленні підходів до інформаційної безпеки, балансу між свободою слова й регуляцією, а також посиленні ролі журналістики як джерела перевіреної інформації.

Сучасна реальність дедалі більше набуває рис інформаційного потоку, в якому нові медіа стають не просто технічними посередниками, а середовищем формування досвіду та свідомості. Як пояснює Т. Уварова, «вони вже не виступають технічними посередниками, а самі стають

середовищем, тобто реальністю досвіду і свідомості [12, с. 124]. Особливо це актуалізується в умовах війни, коли межі між реальним і віртуальним просторами стираються, а події, що відбуваються на фронті чи в тилу, транслюються миттєво та емоційно в соціальних мережах, онлайн-медіа та цифрових платформах. Сучасні технології дозволяють не лише інформувати, а й моделювати втрачені об'єкти й простори: в інформаційному полі зруйновані будівлі, міста чи інфраструктура можуть «повертатися» у віртуальному вигляді. У результаті відбувається створення нової медіареальності, в якій споживач і автор контенту взаємодіють із подіями в реальному часі, сприймаючи їх як безпосередню частину повсякдення. Ця медіареальність впливає на формування когнітивної, культурної та політичної картини світу не лише для громадян України, а й для міжнародної спільноти. Як узагальнює Т. Уварова, «нові медіа здійснюють вплив на становлення сучасної культури, трансформуючи інформаційну парадигму та формуючи нову медіареальність, яка є одночасно і реальною і віртуальною за своєю суттю» [12, с. 126]. У цьому контексті конвергенція виступає не лише технологічним явищем, а інструментом творення нової реальності. Проте в умовах надлишку та відкритості інформації особливого значення набуває питання її якості, достовірності й відповідальності за зміст.

**Висновки та перспективи.** Таким чином, в умовах російсько-української війни розглядаємо конвергенцію, найперше, як результат процесу цифрової трансформації журналістики, що змінює не лише формат подачі інформації, а й саму логіку її створення, коли увага акцентується на важливості інтеграції мультимедійних елементів у цифрові платформи з метою забезпечення глибшого занурення аудиторії в контент. По-друге, як концепцію культурної медіаконвергенції. Такий підхід стає надзвичайно актуальним у період збройного конфлікту, коли оперативність, емоційна насиченість і доказовість медіаповідомлень відіграють вирішальну роль. Під час війни цифровізація, як незворотний процес, вимагає від держав, медіа та громадянського суспільства нових механізмів взаємодії, спрямованих на захист інформаційного простору й формування стійкого суспільства перед обличчям гібридної агресії. У відповідь на гібридні загрози, зокрема інформаційні атаки та кампанії дезінформації, має бути посилена увага до правового регулювання цифрового середовища, дієвої нормативної бази, спрямованої на підвищення прозорості алгоритмів, відповідальність платформ за шкідливий контент і захист демократичних цінностей. Отже, у сучасних

умовах війни нові медіа перестають бути лише технічними інструментами — вони формують нову медіареальність, у якій реальне й віртуальне тісно переплетені. Завдяки цифровим технологіям зруйновані об'єкти й простори відтворюються в інформаційному полі, транслюючи досвід війни в реальному часі. Така конвергентна взаємодія створює глобальну картину подій, впливаючи на сприйняття війни не лише в Україні, а й у світі. Водночас постає критично важливе завдання — зберігати якість та достовірність інформації в умовах інформаційного перенасичення.

Перспективами подальших досліджень є оцінка ефективності візуальної комунікації та мультимедійного сторітелінгу у процесах комеморації, мобілізації населення та трансляції воєнного досвіду.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бельська Т., Лашкіна М. Міждисциплінарний дискурс фактору конвергенції сучасного постмодерного світу: відображення у публічному комунікативному просторі під час війни в Україні. Наукові перспективи. Серія «Державне управління». 2023. № 5(35). С. 16–31. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-5\(35\)-16-31](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-5(35)-16-31)
2. Василик Л. Журналістська освіта в контексті медіаконвергенції. С. 41–44. Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 18–19 жовт. 2022 р.). Львів: Простір-М, 2022. 312 с. URL: <https://www.destin-project.info/wp-content/uploads/2023/01/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-u-ramkakh-DESTIN-2022.pdf#page=41>
3. Василик Л. Конвергенція та крос-медійність: дискурс термінологічної парадигми. Теорія і практика журналістики. 2017.
4. Досенко А. К. Конвергентний контент комунікаційних платформ. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2022. Т. 33 (72). № 5. Ч. 2. С. 290–294. DOI : <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.2/48>
5. Крикуненко О. Медіаконвергентність: основна сутність, типологія та зміни із часом. Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реальність, перспективи: матеріали науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (Суми, 26–27 травня 2022 року) / уклад. : І. Р. Жиленко, В. О. Садівничий. Суми : Сумський державний університет, 2022. С. 78–81. URL: [https://journ.sumdu.edu.ua/images/conferences/Journ\\_Sumdu\\_Scientific\\_collection\\_2022.pdf](https://journ.sumdu.edu.ua/images/conferences/Journ_Sumdu_Scientific_collection_2022.pdf)

6. Куцевська О. С., Корчагіна О. В. Нові медіа і медіа конвергентність: аспекти розвитку сучасного інформаційного простору. С. 131–139. URL: [https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/9952/\\_2023.pdf?sequence=1#page=136](https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/9952/_2023.pdf?sequence=1#page=136). Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку науки та освіти : матеріали І міжнародної міждисциплінарної науково-практичної конференції (м. Полтава, 27–28 квітня 2023 року). Полтава : Вид-во ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» : Полтава, 2023. 195 с.
7. Литвиненко О. Проблеми цифрової трансформації українських корпоративних медіа. Інтегровані комунікації. 2024. Вип. 2 (18), 2024. С. 94–99. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1812>
8. Новосельський І. Ф. Конвергенція медіа як чинник розвитку інформаційного простору України: політологічний аспект. Політикус. 2020. Вип. 3. С. 58–64. DOI : <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2020-3.9> URL: [http://politicus.od.ua/3\\_2020/11.pdf](http://politicus.od.ua/3_2020/11.pdf)
9. Половинчак Ю. Конвергентні процеси в сучасному інфопросторі: трансформації текстів, практик, ієрархій. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2017. Вип. 46. С. 31–44. URL: <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0000736321>
10. Телетов О., Телетова С. Комунікаційна конвергенція журналістики та паблік рилейшнз. Образ. 2024. Вип. 1 (44). С. 168–177. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1\(44\)-168-177](https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1(44)-168-177)
11. Тонкіх І. Особливості функціонування публічних Telegram-каналів як крос-медійної платформи. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2021. № 4 (48). С. 47–54. DOI: [http://dx.doi.org/10.32840/cru2219-8741/2021.4\(48\).7](http://dx.doi.org/10.32840/cru2219-8741/2021.4(48).7)
12. Уварова Т. І. Нові медіа та сучасна медіакультура. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2023. Вип. 45. С. 119–128. URL: <http://library.megu.edu.ua:8180/jspui/bitstream/123456789/4575/1/2023-648-Текст статті-2478-2-10-20231227.pdf>
13. Bernhard, J., & Russmann, U. (2023). Blurring Boundaries: A Longitudinal Analysis of Skills Required in Journalism, PR, and Marketing Job Ads. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/10776990231181544>
14. Chadwick A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press. 329 pp.
15. Deuze, M. (2007). *Media Work*. Cambridge: Polity Press.

16. Deuze, M. (2011). *Managing media work*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC.
17. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York : NYU Press, 336 p.
18. Li, Z. (2022). Intelligent Media Computing Technology and Application for Media Convergence. *CAAI Transactions on Intelligence Technology*. 7(3). DOI: 10.1049/cit2.12132.
19. Mediaconvergence. *Encyclopedia Britannica*. 2025. <https://www.britannica.com/topic/media-convergence>.
20. Pavlik, J.V. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press. 246 p. <https://dokumen.pub/journalism-and-new-media-9780231502672.html>
21. Tang, Q., Gan, F. (2025). Media Convergence: The Cross-Media Communication Revolution in the Post-Broadcast Era. *Cultura: International Journal of Philosophy of Culture and Axiology*. 22(1). 22–36. <https://culturajournal.com/submissions/index.php/ijpca/article/view/242> (Qinli Tang, Feng Gan).

## REFERENCES

1. Bielska, T.V., Lashkina, M.H. (2023). Interdisciplinary discourse of the convergence factor of the Postmodern World: reflection in the Public Communicative Space during the war in Ukraine, *Scientific Perspectives*, 5(35), 16–31, [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-5\(35\)-16-31](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-5(35)-16-31)
2. Vasylyk, L. (2022). «Journalism education in the context of media convergence», *Journalism of the future: challenges, trends, development prospects*, Lviv, Oct. 18–19, 2022, Prostir-M, Lviv, P. 41–44, 312 p. URL: <https://www.destin-project.info/wp-content/uploads/2023/01/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-u-ramkakh-DESTIN-2022.pdf#page=41>
3. Vasylyk, L. (2017). *Convergence and Cross-Media: Discourse Term Logic Paradigm*, *Theory and practice of journalism*.
4. Dosenko, A. K. (2022). Convergent Content of Communication Platforms, *Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: «Philology. Journalism»*, 33(72), 2, vol. 2, 290–294. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.2/48>
5. Krykunenko, O. (2022). Media convergence: the main essence, typology and changes over time», in *Zhylenko, I.R., Sadivnychy, V.O. (Eds.)*,

- Modern mass communication space: history, realities, prospects, Sumy, May 26–27, 2022, Sumy State University, Sumy, pp. 78–81. 118 p. URL: [https://journ.sumdu.edu.ua/images/conferences/Journ\\_Sumdu\\_Scientific\\_collection\\_2022.pdf](https://journ.sumdu.edu.ua/images/conferences/Journ_Sumdu_Scientific_collection_2022.pdf)
6. Kutsevskaya, O.S., Korchagina, O.V. (2023). New media and media convergence: aspects of the development of the modern information space, Current issues, problems and prospects for the development of science and education, Poltava, April 27–28, 2023, Publishing House «Luhansk National Taras Shevchenko University», Poltava, P. 131–139, 195 p. URL: [https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/9952/\\_2023.pdf?sequence=1#page=136](https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/9952/_2023.pdf?sequence=1#page=136).
  7. Lytvynenko, O. (2024). Problems of Digital Transformation of Ukrainian Corporate Media, Integrated Communications, 2(18), 94–99.
  8. Novoselskyi, I.F. (2020), Media convergence as a driving force for development of mass media sphere of Ukraine: political aspect, Politicus, 3, 58–64. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2020-3.9>
  9. Polovynchak, Y. (2017). Convergent Processes in Modern Information Space: Transformations of Texts, Practices, Hierarchies, Academic Papers of Vernadsky National Library of Ukraine, 46, 31–44. URL: <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0000736321>
  10. Tielietov, O., Tielietova, S. (2024). The Communication Convergence of Journalism and Public Releases, Obraz, 1(44), 168–177. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1\(44\)-168-177](https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1(44)-168-177)
  11. Tonkikh, I. (2021). Functioning Peculiarities of Public Telegram-Channels as Cross-Media Platform, State and Regions. Series: Social Communications, 4(48), 47–54. [http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.4\(48\).7](http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.4(48).7)
  12. Uvarova, T. (2023). New Media and Modern Culture, Ukrainian culture: past, present, ways of development, 45, 119–128. URL: <http://library.megu.edu.ua:8180/jspui/bitstream/123456789/4575/1/2023-648-Tekstctatti-2478-2-10-20231227.pdf>
  13. Bernhard, J., & Russmann, U. (2023), Blurring Boundaries: A Longitudinal Analysis of Skills Required in Journalism, PR, and Marketing Job Ads. Journalism & Mass Communication Quarterly, 0(0). <https://doi.org/10.1177/10776990231181544>
  14. Chadwick A. (2017). The hybrid media system: Politics and power. Oxford University Press. 329 pp.
  15. Deuze, M. (2007). Media Work. Cambridge: Polity Press.

16. Deuze, M. (2011). *Managing media work*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC.
17. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York : NYU Press, 336 p.
18. Li, Z. (2022). Intelligent Media Computing Technology and Application for Media Convergence. *CAAI Transactions on Intelligence Technology*. 7(3). DOI: 10.1049/cit2.12132.
19. Media convergence. *Encyclopedia Britannica*. 2025. <https://www.britannica.com/topic/media-convergence>.
20. Pavlik, J.V. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press. 246 p. <https://dokumen.pub/journalism-and-new-media-9780231502672.html>
21. Tang, Q., Gan, F. (2025). Media Convergence: The Cross-Media Communication Revolution in the Post-Broadcast Era. *Cultura: International Journal of Philosophy of Culture and Axiology*. 22(1). 22–36. <https://culturajournal.com/submissions/index.php/ijpca/article/view/242> (Qinli Tang, Feng Gan)