

# Social Work & Education

©SW&amp;E. 2026

УДК 316.77:004

DOI: 10.25128/2520-6230.26.1.7

**Анастасія НЕВЕЛЯ**

Аспірантка,  
Український державний  
університет імені Михайла  
Драгоманова, вул. Пирогова, 9,  
м. Київ, 01601, Україна;  
[anastasiianevelia@gmail.com](mailto:anastasiianevelia@gmail.com)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-7000-5253>

**Статус статті:**

Отримано: лютий 10, 2026  
1-ше рецензування: березень 10, 2026  
Прийнято: березень 30, 2026

Невеля, А. (2026). Засоби масової інформації у цифровому та соціальному просторі. *Social Work and Education*, Vol. 13, No. 1 pp. 94-105. DOI: 10.25128/2520-6230.26.1.7

## ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ЦИФРОВОМУ ТА СОЦІАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

**Анотація.** У статті розкрито сутність засобів масової інформації у цифровому та соціальному просторі, розглянуто основні підходи до їх класифікації. Засоби масової інформації класифіковано за формою подання інформації (рукописні, друковані, аналогові, цифрові) та за засобами її комунікації (масові заходи, реклама, друкована продукція, поштовий зв'язок, телефонія, телебачення, радіомовлення, Інтернет). З'ясовано, що в умовах цифровізації та розширення цифрового медіапростору, відбуваються суттєві зміни як у соціальній сфері, так і в системі засобів масової інформації. Це зумовлює трансформацію традиційних засобів масової інформації у нові медіа, які виконують роль інтерактивної комунікативної платформи для суспільства та реалізують інформаційну функцію. Зростання інтернет-аудиторії підвищує соціальну вагу до медіаресурсів, що обумовлює посилення інтересу до них з боку держави, особливо в умовах кризових ситуацій. З одного боку, Інтернет постає як комунікативний майданчик, а з другого боку, як повноцінний медіапростір існування різноманітних медіапродуктів та здатний у низці аспектів замінювати традиційні засоби масової інформації. Традиційні засоби масової інформації перебувають у стані своєрідної еволюції, яка проявляється в їх поступовому злитті з Інтернетом. До основних переваг Інтернет-ЗМІ віднесено високу оперативність подання медіаінформації, що забезпечує щоденне, а за потреби й безперервне оновлення медіаконтенту без кількісних обмежень. Саме завдяки цій властивості електронні медіа нерідко виступають первинним джерелом інформації для традиційних засобів масової комунікації. Зроблено висновок, що медіа – це сукупність різноманітних носіїв і способів представлення інформації, що забезпечують її передавання за допомогою відповідних засобів комунікації та мають суттєвий вплив на свідомість, систему духовних і особистісних цінностей.

**Ключові слова:** засоби масової інформації, медіа, медіапростор, інтернет-ЗМІ, цифровізація, інформаційна війна.

**ВСТУП**

У сучасному глобалізованому медіапросторі засоби масової інформації стали невід'ємним компонентом життєдіяльності людини. Дослідження впливу медіа на соціальний простір, становлення та розвиток особистості неможливе без осмислення трансформації формату передачі медіаінформації. Нові інформаційні і цифрові технології, які сьогодні використовують засоби масової інформації, зумовлюють стрімкі зміни у відносинах між людьми та різними соціальними групами, вагомо визначаючи на цінності соціального простору. Дослідники відзначають, що стрімко розвивається віртуальний простір, який впливає на формування цінностей та світогляду сучасної людини, перетворюючись для багатьох на реальність повсякденного життя і спілкування (Курило, Савченко, Караман, 2018). Людина живе в потоці інформації, продукує й використовує різні цифрові й інформаційні технології, стає все більше залежною від них. Разом з тим у цифровому світі технологічні здобутки, особливо в умовах війни, досить часто використовуються для маніпулювання масовою свідомістю.

Тому, насамперед, зосередимо нашу увагу на з'ясуванні сутності засобів масової інформації, їх основних характеристик та класифікації, того впливу, який вони здатні чинити на інформаційний фон соціального простору.

Закон України «Про медіа» набув чинності 31 березня 2023 року та офіційно закріпив новий термін «медіа» як відповідник терміну «ЗМІ» (Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX, 2022). Відповідно до Закону України «Про медіа» діяльність у сфері медіа ґрунтується на принципах свободи вираження поглядів і переконань, свободи поширення, обміну та отримання інформації, гарантованості права на інформацію, відкритості та доступності інформації, достовірності і повноти інформації.

У Статті 5 Закону «Основні завдання державної політики у сфері медіа» серед основних завдань державної політики у сфері медіа є: захист користувачів інформації, особливо дітей, від шкідливого впливу інформації (Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX, 2022).

Питання засобів масової інформації досліджували науковці різних галузей знань, зокрема О. Кузнецова, І. Людвик, В. Московцева (класифікація засобів масової інформації); І. Артамонова, В. Іванов, О. Коцарев, В. Кросбі (класифікація нових медіа); О. Баришполець, Л. Найденова, В. Лизанчук (психологічні аспекти медіа). Проте науковці у своїх дослідженнях застосовують різні критерії типології засобів масової інформації, через що з'явилося безліч різнорівневих класифікацій, які важко застосувати при дослідженні впливу ЗМІ на фон соціального простору.

Ролі і значенню медіа у сучасному світі, питанням інформаційного простору, інформаційної війни присвятили свої праці В. Владимиров, В. Лисенко, О. Караман, В. Карпенко, В. Курило, С. Савченко, О. Савченко та ін.

Для розуміння функціонування медіа у цифровому просторі та їх значення для формування фону соціального простору необхідно проаналізувати основні підходи до класифікації засобів масової інформації (медіа) та з'ясувати їх сутність як чинників впливу на інформаційну насиченість соціального простору. Це набуває важливого значення для професійної діяльності фахівців у системі «людина – людина», зокрема соціальних працівників. Крім того за роки

військової агресії російської федерації проти України суспільство переконалося, що невід'ємним компонентом війни є війна інформаційна а точніше, інформаційна агресія. Саме тому значної уваги потребує інформаційно-комунікативний простір, який створюють засоби масової інформації, зокрема нові медіа, які найбільш популярні серед молоді, у соціумі.

**Мета статті полягає** в аналізі основних підходів до класифікації засобів масової інформації, з'ясуванні їх сутності щодо формування соціального інформаційного простору, який здійснює вплив на свідомість і ціннісні орієнтири особистості, зокрема молоді.

## ОСНОВНА ЧАСТИНА

### *Класифікація засобів масової інформації*

Закон України «Про інформацію» визначає засоби масової інформації як «засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації» (Закон України «Про інформацію», 2011). У Законі «Про медіа» зазначається, що медіа (засіб масової інформації) є засобом поширення масової інформації у будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під редакційним контролем та постійною назвою як індивідуалізуючою ознакою (Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX, 2022).

Г. Штромайер зазначає, що найбільш коректним для окреслення засобів масової інформації є поняття «мас-медіа», яке охоплює друковані засоби масової інформації, аудіовізуальні засоби комунікації, зокрема радіо й телебачення, а також мультимедійні ресурси (Штромайер, 2008).

Глумачний словник сучасної української мови під редакцією В. Бусела пропонує наступне визначення: медіа (мас-медіа) – засоби масової інформації (радіо, телебачення, преса, кіно і т. ін.) (Бусел, 2005). О. Мурзіна розглядає медіа як посередника між суб'єктом (кому належить медіа-продукт) та об'єктом (для кого надається інформація) віртуального та сучасного простору (Мурзіна, 2021).

Разом з тим, А. Сікорський вважає, що засоби масової інформації є сукупністю установ і способів відкритої публічної комунікації, які спрямовані на поширення повідомлень з використанням медіатехнологій та виокремлює такі типи: електронні медіа, до яких належать радіо, телебачення, кіно-, аудіопродукція та друковані засоби (Сікорський, 2021).

На думку М. Дзюби, засоби масової інформації виконують функцію зосередження інформаційного контенту та впливають на свідомість, поведінку та колективну активність людей (Дзюба, 2005). Варто підкреслити, що засоби масової інформації виступають комунікаційним посередником між джерелом та носіями інформації (Русиняк, 2021) та здатні впливати на індивідуальну й масову свідомість, управляти поведінкою людей (Митко, 2014).

Звернемо увагу на думку М. Маклюена, який розглядає засоби масової інформації як такі, що мають вагомий вплив на людину та соціальні процеси (Маклюен, 1988). При цьому представники Торонтської школи, засновником якої є М. Маклюен, у своїх наукових пошуках зосереджували увагу переважно не на інформаційному змісті медіа, а на технічних засобах і формах передавання медіаінформації (Барзилович, 2017).

Як сукупність технічних засобів і комунікаційних каналів, які формують інформаційне й соціально-психологічне середовище сучасного медіапростору медіа розглядає Т. Пономаренко. До цієї системи дослідниця зараховує як традиційні форми комунікації (книгодрукування, пресу, радіо, телебачення, телефон, кіно- та фотожурналістику), так і новітні медіа, зокрема інтернет-ресурси, соціальні мережі та месенджери (Пономаренко, 2022).

Водночас О. Баришполец трактує медіа як цілісну систему масових комунікацій, що охоплює технічні засоби створення, відтворення, тиражування, збереження, поширення та сприйняття інформації, а також процеси її обміну між автором медіатексту та аудиторією (Баришполец, 2014).

На думку А. Русиняка, засоби масової інформації впливають на процес формування ціннісних орієнтацій особистості (Русиняк, 2020). Отже, в умовах сьогодення медіа, у тому числі традиційні, мають суттєвий вплив на свідомість, систему духовних і особистісних цінностей особистості.

У Законі України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», 1993) друковані засоби масової інформації визначаються як «періодичні і такі, що продовжуються видання, які виходять під постійною назвою, з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року на підставі свідчення про державну реєстрацію». Закон України «Про телебачення і радіомовлення» (Закон України «Про телебачення і радіомовлення», 1994) дає наступне визначення аудіовізуальних (електронних) засобів масової інформації «організація, яка надає для масового приймання споживачами аудіовізуальну інформацію, передану у вигляді електричних сигналів і прийняту за допомогою побутових електронних пристроїв».

У Законі України «Про медіа» (Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX, 2022) друковане медіа визначається як медіа, що здійснює поширення інформації у текстовій чи візуальній формі на друкованих носіях, однотипно оформлене, виходить у світ через певні проміжки часу упродовж року – у міру настання відповідного періоду або накопичення матеріалу. Також у Законі «Про медіа» дається окреслення онлайн-медіа (Інтернет–ЗМІ), які визначаються як медіа, що регулярно поширюють інформацію у текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді за допомогою мережі Інтернет на власному веб-сайті, крім медіа, які віднесені цим Законом до аудіовізуальних медіа.

Аудіовізуальне медіа розглядається як медіа-сервіс, основним призначенням якого або відокремленої частини якого є надання загальної аудиторії доступу до програм, що здійснюється з інформаційною, розважальною чи навчальною метою під редакційним контролем суб'єкта у сфері медіа за допомогою електронних комунікаційних мереж, а саме: телевізійне мовлення (лінійний аудіовізуальний медіа-сервіс) або аудіовізуальний медіа-сервіс на замовлення (нелінійний аудіовізуальний медіа-сервіс); радіомовлення (лінійний аудіомедіа-сервіс) або аудіальний медіа-сервіс на замовлення (нелінійний аудіомедіа-сервіс) (Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX, 2022).

У науковій літературі пропонуються й інші підходи до класифікації засобів масової інформації, зокрема, на «традиційні» та «нові» (Пономаренко, 2022). До

«традиційних» відносяться засоби масової інформації, такі як газети, журнали, бюлетені, телефон, телебачення, радіо та інші. На думку Н. Зражевської, «нові» медіа «застосовують щодо інтерактивних електронних видань і нових форм комунікації виробників контенту зі споживачами, що відрізняє їх від традиційних медіа» (Зражевська, 2013). Термін «нові медіа» пов'язаний з процесом розвитку цифрових медіатехнологій у медіапросторі.

Отже, розвиток сучасних цифрових технологій зумовив принципово новий спосіб передачі інформації, який не відноситься до традиційних (друкованих, аудіовізуальних), електронних засобів масової інформації, а саме нові медіа, і новий Закон України «Про медіа» враховує технологічні інновації цифрового простору.

Вважаємо, що засоби масової інформації доцільно класифікувати за формою подання інформації, а саме: друковані, аудіовізуальні та електронні. Розглянемо більш детально класифікацію засобів масової інформації.

#### ***Друковані засоби масової інформації.***

Друковані засоби масової інформації є найдавнішими засобами поширення інформації. У наукових дослідженнях виділяється декілька класифікацій друкованих засобів масової інформації. Так, О. Каплій пропонує класифікацію друкованих засобів масової інформації за: сферою розповсюдження (загальнодержавні, регіональні, місцеві, зарубіжні), виду (альманах, бюлетень, газета, журнал, збірник, тощо) та статусу видання, програмними цілями або тематичною спрямованістю, категорією читачів, цільовим призначенням (Каплій, 2013).

Водночас, О. Кузнецова здійснює поділ друкованих медіа на масові (культурологічні, науково-популярні, суспільно-політичні) та соціальні (наукові, соціально-групові, фахово-галузеві) залежно від їх функціональної спрямованості (Кузнецова, 2005). В. Московцева пропонує класифікацію друкованих засобів масової інформації за періодичністю публікації, виокремлюючи ранкові та вечірні видання, щоденні, тижневі, щомісячні, а також видання, що виходять з нагоди окремих подій або за спеціальними умовами (Московцева, 2002).

Отже, наведені підходи до класифікації друкованих засобів масової інформації засвідчують багатовимірність їх типологізації та доцільність комплексного врахування як формально-часових характеристик, так і змістово-функціональних ознак. Поєднання зазначених критеріїв створює теоретичне підґрунтя для більш повного аналізу друкованих засобів масової інформації в умовах сучасного медіапростору та дозволяє обґрунтувати їх місце в системі медіа та можливості впливу на інформаційне насичення соціального простору.

#### ***Аудіовізуальні засоби масової інформації.***

В умовах розвитку медіа провідне місце в системі масової інформації посідають аудіовізуальні засоби масової інформації, до яких належать телебачення та радіомовлення. Телебачення класифікується за низкою критеріїв: за способом трансляції (ефірне, супутникове, кабельне, проводове та багатоканальне); за масштабами охоплення аудиторії (загальнонаціональне, міждержавне, регіональне та місцеве); залежно від програмної спрямованості (загальне та спеціалізоване); за джерелами фінансування (бюджетне та таке, що функціонує на засадах самофінансування); за комунікативною моделлю мовлення

(монологічне, діалогічне та інтеракційне); за критерієм статусу їх власників і засновників (громадські, державні, комунальні, партійні, приватні, суспільні) (Московцева, 2002).

В умовах цифровізації та розширення цифрового медіапростору, відбуваються суттєві зміни як у соціальній сфері, так і в системі засобів масової інформації. Дані процеси зумовили трансформацію традиційних засобів масової інформації у нові медіа, які поряд із реалізацією інформаційної функції виконують роль інтерактивної комунікативної платформи для суспільства та окремих споживачів. Постійне зростання інтернет-аудиторії підвищує соціальну вагу медіаресурсів, обумовлює посилення інтересу до них з боку держави, особливо в умовах кризових ситуацій.

### ***Електронні засоби масової інформації.***

Розглянемо електронні засоби масової інформації. Як наголошує Д. Котляр, «поряд із пресою, радіо та телебаченням з'явився четвертий вид медіа – Інтернет-ЗМІ, які поєднують у собі функціональні та змістові характеристики традиційних мас-медіа (Котляр, 2020). Дослідник розглядає Інтернет-ЗМІ як інформаційні ресурси мережі Інтернет, що здійснюють регулярне оновлення контенту та виконують функції засобів масової інформації, користуючись певним рівнем популярності й довіри серед аудиторії, яка має сталий характер (Котляр, 2020).

Сьогодні Інтернет постає не лише як комунікативний майданчик, а й як повноцінний медіапростір існування різноманітних медіа продуктів та здатний у низці аспектів замінювати традиційні засоби масової інформації. Крім того, акцентуючи свою увагу на трансформаційних процесах у медіапросторі, зазначимо, що традиційні засоби масової інформації перебувають у стані своєрідної еволюції, яка проявляється в їх поступовому злитті з Інтернетом.

До основних переваг Інтернет-ЗМІ можна віднести високу оперативність подання медіаінформації, що забезпечує щоденне, а за потреби й безперервне оновлення медіаконтенту без кількісних обмежень. Саме завдяки цій властивості електронні медіа нерідко виступають первинним джерелом інформації для традиційних засобів масової комунікації.

Разом з тим вчені вивчають ризики використання Інтернет простору. Так, у дослідженні О. Камінської встановлено вплив інтернет-залежності на формування ціннісних орієнтацій молоді, виникнення особистісних деформацій, що призводить до адикції – патологічного потягу до чогось, збільшує ризик розвитку психічних захворювань та пов'язане з особистими або соціальними проблемами (Камінська, 2014). О. Камінська підкреслює, що людина, залежна від Інтернету, не може уявити себе поза межами мережі, спрямована лише на віртуальну реальність, розширення кола віртуальних друзів, натомість реальне життя з його труднощами та проблемами відходить на задній план (Камінська, 2014).

### ***Медіапростір простір під час війни.***

На думку Н. Мороз, засоби масової інформації реалізують низку важливих функцій, зокрема пізнавальну, що спрямована на задоволення суспільних потреб в отриманні знань; функція забезпечення відкритості та прозорості суспільних процесів, а також здійснення громадського контролю за діяльністю суб'єктів влади; вагоме місце посідає функція соціалізації, яка полягає у залученні особистості до засвоєння норм і цінностей, притаманних певному суспільству, а

також у формуванні громадянської свідомості (Мороз, 2012). Медіа реалізують також специфічні функції, властиві виключно медіапростору, серед яких провідними є відбір, редагування, коментування та оцінювання медіаінформації, що впливає на формування громадської думки (Мороз, 2012).

Слушною під час військової агресії рф проти України є думка, що інформаційний простір, який формується й визначається засобами масової інформації, несе основне навантаження в інформаційній війні, зокрема проти молоді.

Процес цей по суті є одностороннім – від транслятора до споживача. Він передбачає одностороннє вкладення певної порції інформації у свідомість людини. Тому необхідно переносити акцент на простір інформаційно-комунікативний як простір, що передбачає наявність зворотного зв'язку, спілкування, діалогу, а тому односторонній процес трансформується у двосторонній.

Інформаційно-комунікативний простір формується й утримується сильним власним медіа продуктом, який стає своєрідним бар'єром, не впускає чужі ідеї, а тому зберігає власну ідентичність (Курило, Савченко, Караман, 2018, с. 41). Інформаційно-комунікативний простір сьогодення значною мірою формується соцмережами, що визначає його сильні та слабкі сторони.

С. Савченко підкреслює, що слід чітко розуміти, що в реальній інформаційно-пропагандистській війні, розгорнутій росією проти України, задіяні всі три простори - фізичне (військові дії), інформаційне (головним чином телебачення), віртуальне (інтернет, соцмережі). А особливістю їхнього використання, а також основною метою, на яку спрямовані всі зусилля, є особистість з її когнітивною, психологічною, емоційною сферами. І небезпека в тому, що це - особистість молодої людини, з цілком несформованим світоглядом, відсутністю життєвого досвіду, поверховими знаннями (Савченко, 2017).

На думку вчених, основними шляхами супротиву інформаційному впливу рф на українську молодь повинні стати: а) об'єктивне інформування; б) генерація інформаційного поля й суспільної думки; в) навчання, виховання й формування світорозуміння; г) просування аксіологічних норм та ідеологічних установок; д) створення семантичних імперативів й огорожувальних бар'єрів від інформаційної агресії супротивника (Курило, Савченко, Караман, 2018, с. 41).

Таким чином, медіа будемо розглядати як сукупність різноманітних носіїв і способів представлення інформації, що забезпечують її передавання за допомогою відповідних засобів комунікації. Класифікація медіа може здійснюватися за формою подання інформації (рукописні, друковані, аналогові, цифрові) та за засобами її комунікації (масові заходи, реклама, друкована продукція, поштовий зв'язок, телефонія, телебачення, радіомовлення, Інтернет).

ЗМІ поділяють на традиційні медіа (телебачення, радіо, преса, кіно, частково електронні видання) та нові медіа, що розповсюджують інформацію за допомогою передових цифрових технологій (передусім соціальні мережі, блоги, подкасти, стрімінгові сервіси та мобільні додатки). Головними характеристиками нових медіа є інтерактивність, мультимедійність, персоналізація, глобальність і миттєвість поширення інформації (Мас-медіа, 2023).

Важливим завданням освіти в умовах війни рф проти України, зокрема інформаційної війни проти української молоді, є створення простору для розвитку інформаційної культури особистості, яка сприяє формуванню самостійного мислення, відчуттю нового, умінню відслідковувати зміни та реагувати на них, умінню приймати рішення в складних нестандартних ситуаціях, що можливо лише за умов повного інформування людини (Курило, Савченко, Караман, 2018, с. 71). У молодій людини повинна формуватися свідомо мотивация на постійне розширення професійного та загальнокультурного кругозору, переконання у тому, що основу міцності та надійності знань дає не лише безперервний процес пошуку та споживання інформації, а й її критична обробка.

Подальші наукові розвідки будуть спрямовані на детальний опис кожного типу нових ЗМІ, інтернет-ЗМІ, аналіз їх функціонування в умовах цифровізації медіапростору та їхнього впливу на свідомість і формування ціннісних орієнтирів особистості.

## ЛІТЕРАТУРА

Барзилович, О. М., Григорова, З. В., Пунчак, Л. А. (2017). *Основи медіа менеджменту*: навч. посіб. для студ. Київ : КПІ імені Ігоря Сікорського. 296 с.

Баришполец, О. Т. (2014). *Український словник медіакультури*. Національна академія педагогічних наук України, інститут соціальної та політичної психології. Київ : Міленіум. 196 с.

Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) (2005). Уклад. і гол. редактор В.Т. Бусел. К.; Ірпінь: ВТФ «Перун». 1728 с.

Верховна Рада України. (2022). *Про медіа: Закон України* від 13.12.2022 № 2849-IX. Офіційний вісник України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20>

Дзюба, М. (2008). Роль засобів масової інформації в формуванні громадської думки. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. Київ. С. 77-81.

Зражевська, Н. І. (2013). Нові медіа і нові форми комунікації в медіа культурі. *Current issues of mass communication*. Issue 14. С. 70-75.

Камінська, О. (2014). Вплив інтернет-залежності на формування ціннісних орієнтацій молоді. *Нова пед. думка*. № 1. С. 178–182. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd\\_2014\\_1\\_57](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2014_1_57).

Каплій, О. В. (2013). Класифікація засобів масової інформації: конституційно-правові питання. *Актуальні проблеми політики*. Вип. 50. С. 35-46.

Котляр, Д. О. (2020). Типологічні особливості сучасної преси та проблеми розвитку регіональних ЗМІ. *Гуманітарний вісник ЧДТУ*. Вип. 16. С. 105–112. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/1562/1/12.pdf>.

Кузнецова, О. Д. (2005). *Засоби масової комунікації*. Львів: ПАЮ. 200 с.

Курило, В.С., Савченко, С. В., Караман, О.Л. (2018). *Соціалізація особистості в умовах гібридної війни на сході України*: монографія. К.: Талком. 240 с.

Митко, А. (2014). *Інформаційна демократія: реалії та виклики часу*: монографія. Луцьк: Вежа-друк. 400 с.

Мороз, Н. О. (2012). Роль засобів масової інформації у формуванні громадянського суспільства України. *Гуманітарний журнал*, № 2-3. С. 205-210.

Московцева, В. В. (2002). *Типологія друкованих засобів масової інформації*. Запоріжжя: ЗДУ. 44 с.

Мурзіна, О.А. (2021). Сутність, зміст та структура медіакомпетентності лікаря. *Неперервна освіта: теорія та практика*. Серія: Педагогічні науки, № 1 (66). С. 21-29. DOI: <https://doi.org/10.28925/1609-8595.2021.1.3>

Пономаренко, Т. І. (2022). Психологічні чинники розвитку комунікативної компетентності майбутніх психологів у просторі : дис. ... д-ра психол. наук. Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ. 281 с.

Про внесення змін до Закону України «Про інформацію». (2011). Закон України від 13 січня 2011 р. № 2938-VI. Відомості Верховної Ради України. № 32. Ст. 313. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2938-17#Text>.

Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні. (1992). Закон України від 16 листопада 1992 р. № 2782-XII (із змін. і доп.). Відомості Верховної Ради України. № 1. Ст. 1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text>.

Про телебачення і радіомовлення (1993). Закон України від 21 грудня 1993 р. № 3205-IV (із змін. і доп.). Відомості Верховної Ради України. № 10. Ст. 43. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text>.

Русиняк, А. (2020). Традиційні ЗМІ як актори процесу політичного конструювання суспільства. *Вісник Прикарпатського університету*. Серія: Політологія, Вип.14. С. 74-84.

Русиняк, А. І. (2021). Регіональні ЗМІ в політичній системі України: політологічний аналіз: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Івано-Франківськ. 253 с.

Савченко, О. В. (2018). Мас-медіа. *Енциклопедія Сучасної України*. [Електронний ресурс] / редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. URL: <https://esu.com.ua/article-64254>.

Савченко, С. В. (2017). Гібридна війна: сутність поняття та основні сучасні прояви. *Вісн. Луган. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка (педагогічні науки)*, № 7 (312) червень. Ч. I. С. 103-112.

Сікорський, А. К. (2021). Засоби масової інформації як суб'єкти досягнення суспільно-державного консенсусу: аналіз законодавчих та доктринальних підходів. *Молодий вчений*, № 5(1). С. 128-133. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-5-93-25>.

Штрамайер, Г. (2008). Політика і мас-медіа. Пер. з нім. А. Орган. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія». 303 с.

McLuhan, M., McLuhan, E. (1988). *Laws of media: The new science*. Toronto : University of Toronto Press.

---

**MASS MEDIA IN THE DIGITAL AND SOCIAL SPACE**

---

*Anastasiia NEVELIA*, PhD student, Ukrainian State University named after Mykhailo Drahomanov St. 9 Pirogov, Kyiv, 01601, Ukraine; [anastasiianevelia@gmail.com](mailto:anastasiianevelia@gmail.com)

**Abstract.** *The article reveals the essence of mass media and considers the main approaches to their classification. Mass media are classified by the form of information presentation (handwritten, printed, analog, digital) and by means of its communication (mass events, advertising, printed products, postal communication, telephony, television, radio broadcasting, Internet). It was found that in the conditions of digitization and expansion of the digital media space, significant changes are taking place both in the social sphere and in the mass media system. This will lead to the transformation of traditional mass media into new media that play the role of an interactive communication platform for society and realize the information function. The growth of the Internet audience increases the social weight of media resources, which leads to increased interest in them on the part of the state, especially in crisis situations. On the one hand, the Internet appears not only as a communication platform, on the other hand, as a full-fledged media space for the existence of various media products. and is capable of replacing traditional mass media in a number of aspects. Traditional mass media are in a state of a kind of evolution, which is manifested in their gradual merger with the Internet. The main advantages of Internet mass media include the high efficiency of media information presentation, which ensures daily and, if necessary, continuous updating of media content without quantitative restrictions. It is precisely because of this property that electronic media often act as the primary source of information for traditional means of mass communication. It was concluded that the media is a collection of various media and ways of presenting information, which ensure its transmission using appropriate means of communication and have a significant impact on consciousness, the system of spiritual and personal values.*

**Keywords:** *mass media, media, media space, Internet mass media, digitalization, information war.*

**REFERENCES**

Barzylovykh, O. M., Hryhorova, Z. V., Punchak, L. A. (2017). *Fundamentals of media management: a teaching aid for students*. Kyiv: Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute. 296 p. [in Ukrainian].

Baryshpolets, O. T. (2014). Ukrainian dictionary of media culture. *National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Institute of Social and Political Psychology*. Kyiv: Millennium. 196 p. [in Ukrainian].

*Large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language* (with additions and additions) (2005). Compiled and editor-in-chief V.T. Busel. K.; Irpin: VTF "Perun". 1728 p. [in Ukrainian].

Verkhovna Rada of Ukraine. (2022). On media: Law of Ukraine of 13.12.2022 No. 2849-IX. Official Gazette of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20> [in Ukrainian].

Dzyuba, M. (2008). The role of mass media in shaping public opinion. *Modern information technologies in the field of security and defense*. Kyiv. P. 77-81. [in Ukrainian].

Zrazhevskaya, N. I. (2013). New media and new forms of communication in media culture. *Current issues of mass communication*. Issue 14. P. 70-75. [in Ukrainian].

Kaminska, O. (2014). The influence of Internet addiction on the formation of value orientations of youth. *New pedagogical thought*. No. 1. P. 178-182. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd\\_2014\\_1\\_57](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2014_1_57). [in Ukrainian].

Kapliy, O. V. (2013). Classification of mass media: constitutional and legal issues. *Current problems of politics*. Issue 50. P. 35-46. [in Ukrainian].

Kotlyar, D. O. (2020). Typological features of the modern press and problems of regional media development. *Humanitarian Bulletin of ChSTU*. Issue 16. P. 105-112. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/1562/1/12.pdf>. [in Ukrainian].

Kuznetsova, O. D. (2005). *Mass Media*. Lviv: PAYU. 200 p. [in Ukrainian].

Kurylo, V. S., Savchenko, S. V., Karaman, O. L. (2018). *Socialization of the Personality in the Context of Hybrid War in Eastern Ukraine*: Monograph. Kyiv: Talkom. 240 p. [in Ukrainian].

Mytko, A. (2014). *Information democracy: realities and challenges of the time*: monograph. Lutsk: Vezha-druk. 400 p. [in Ukrainian].

Moroz, N. O. (2012). The role of mass media in the formation of civil society of Ukraine. *Humanitarian Journal*, No. 2-3. P. 205-210. [in Ukrainian].

Moskovtseva, V. V. (2002). Typology of printed mass media. *Zaporizhzhia: ZSU*. 44 p. [in Ukrainian].

Murzina, O. A. (2021). The essence, content and structure of a doctor's media competence. *Continuing education: theory and practice. Series: Pedagogical Sciences*, No. 1 (66). P. 21-29. DOI: <https://doi.org/10.28925/1609-8595.2021.1.3> [in Ukrainian].

Ponomarenko, T. I. (2022). Psychological factors of the development of communicative competence of future psychologists in space: dissertation ... dr. of psychology. *National Pedagogical University named after M. P. Dragomanov*. Kyiv. 281 p. [in Ukrainian].

On Amendments to the Law of Ukraine "On Information". (2011). Law of Ukraine dated January 13, 2011 No. 2938-VI. Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine. No. 32. Art. 313. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2938-17#Text>. [in Ukrainian].

On Printed Media (Press) in Ukraine. (1992). Law of Ukraine dated November 16, 1992 No. 2782-XII (as amended and supplemented). Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine. No. 1. Art. 1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text>. [in Ukrainian].

On Television and Radio Broadcasting (1993). Law of Ukraine of December 21, 1993 No. 3205-IV (as amended and supplemented). Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine. No. 10. Art. 43. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text>. [in Ukrainian].

Rusyniak, A. (2020). Traditional media as actors in the process of political construction of society. *Bulletin of the Precarpathian University*. Series: Political Science, Issue 14. P. 74-84. [in Ukrainian].

Rusyniak, A. I. (2021). *Regional media in the political system of Ukraine: political science analysis: dissertation ... candidate of political sciences: 23.00.02.* Ivano-Frankivsk. 253 p. [in Ukrainian].

Savchenko, O. V. (2018). Mass media. *Encyclopedia of Modern Ukraine*. [Electronic resource] / editors: I. M. Dzyuba, A. I. Zhukovsky, M. G. Zheleznyak [et al.]; NAS of Ukraine, National Scientific and Technical School. Kyiv: Institute of Encyclopedic Research of NAS of Ukraine. URL: <https://esu.com.ua/article-64254>. [in Ukrainian].

Savchenko, S. V. (2017). Hybrid war: the essence of the concept and the main modern manifestations. *Visn. Luhan. Taras Shevchenko National University (Pedagogical Sciences)*, No. 7 (312) June. Ch. I. P. 103-112. [in Ukrainian].

Sikorsky, A. K. (2021). Mass media as subjects of achieving social and state consensus: analysis of legislative and doctrinal approaches. *Young Scientist*, No. 5(1). P. 128-133. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-5-93-25>. [in Ukrainian].

Stromayer, G. (2008). Politics and mass media. Trans. from German. A. Organ. Kyiv: Publishing house "Kyiv-Mohyla Academy". 303 p. [in Ukrainian].

McLuhan M., McLuhan E. *Laws of media: The new science*. (1988). Toronto: University of Toronto Press.

**Article history:**

*Received: February 10, 2026*

*1st Revision: March 10, 2026*

*Accepted: March 30, 2026*