ISMA INFORMĀCIJAS SISTĒMU MENEDŽMENTA AUGSTSKOLA
ANNO 1994

ISMA University of Applied Sciences

International scientific conference

JOURNALISM, MEDIA, PR AND ADVERTISING: A CONTEMPORARY PERSPECTIVE

December 25–26, 2024

IZDEVNIECĪBA BALTIJA PUBLISHING

2024

Head of organising committee:

Romans Djakons – Dr.sc.ing., Professor, Academician, President of ISMA University of Applied Sciences

Each author is responsible for content and formation of his/her materials.

The reference is mandatory in case of republishing or citation.

Journalism, media, PR and advertising: a contemporary perspective (December 25–26, 2024. Riga, the Republic of Latvia) : International scientific conference. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2024. 56 pages.

ISBN 978-9934-26-516-7

© Authors of the articles, 2024
© ISMA University of Applied Sciences, 2024

SECTION 5. WORLD TRENDS IN MODERN JOURNALISM

DOI https://doi.org/10.30525/978-9934-26-516-7-9

GLOBALIZATION AND TRANSFORMATION OF LOCAL MEDIA SYSTEMS

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛОКАЛЬНИХ МЕДІАСИСТЕМ

Gorbul T. O.
PhD in Cultural Studies,
Assistant Professor at the Department of Philosophical Anthropology, Philosophy of Culture and Cultural Studies
Educational and Research Institute of Philosophy and Educational Policy of Drahomanov Ukrainian State University
Kyiv, Ukraine

Горбул Т. О.
кандидат культурології,
асистент кафедри філософської антропології, філософії культури та культурології
Навчально-науковий інститут філософії та освітньої політики Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна

Глобалізація є визначальним чинником у сучасному медіапросторі, спричиняючи суттєві зміни у функціонуванні локальних медіасистем. Мета дослідження аналіз впливу глобалізації на розвиток локальних медіа в контексті глокалізації, дослідження її наслідків для збереження культурної унікальності, а також вивчення адаптаційних стратегій медіакомпаній до умов глобального інформаційного середовища. Особливу увагу приділено економічним і технологічним викликам, що виникають у зв'язку з концентрацією медіа-власності та впливом транснаціональних корпорацій.

Основна проблема, з якою стикаються локальні медіа, полягає у необхідності адаптації до умов, що диктуються глобальними гравцями інформаційного простору, зокрема технологічними корпораціями. Мануель Кастельс зазначає у своїй праці «The Rise of the Network Society», глобалізація створює мережеве суспільство, у якому локальні медіа стають частиною глобальних комунікаційних мереж [1]. Проте це супроводжується ризиком втрати локальної культурної ідентичності та підвищення залежності від глобальних інформаційних потоків.

Це викликає низку викликів, серед яких втрата культурної ідентичності, конкуренція з глобальними медіаплатформами та економічна залежність від транснаціональних структур. Локальні медіасистеми поступово інтегрують цифрові технології, що стає основою для їхньої модернізації. Одним із ключових аспектів цих змін є адаптація до умов глокалізації процесу, який інтегрує локальну культуру у глобальний контекст. Як зазначають дослідники у сфері культурології, цифрові технології відіграють вирішальну роль у цьому процесі, створюючи нові можливості для розвитку локальних медіа: «Розвиток технологій і інтернет-ресурсів розширюють можливості навчального процесу, роблять його різноманітнішим і цікавішим». Цей підхід можна екстраполювати на медіасистеми, які, завдяки цифровізації, можуть зберігати свою унікальність, одночасно вписуючись у глобальний інформаційний ландшафт. Глокалізація стає не лише механізмом адаптації, але й ефективною стратегією протидії загрозам уніфікації контенту, викликаної концентрацією медіа-власності.

Одним із результатів глобалізації є тенденція глокалізації, яка інтегрує місцеву культуру у глобальний контекст. Це дозволяє локальним медіакомпаніям зберігати культурну унікальність, створюючи контент, орієнтований як на місцеву, так і на міжнародну аудиторію. Глокалізація також впливає на економічні стратегії медіа, стимулюючи нові моделі доходів. Глобальні медіаплатформи суттєво впливають на збереження культурного розмаїття. Попри те, що вони сприяють поширенню західної культури, з'являються ініціативи з інтеграції локальних цінностей у цифровий контент. Наприклад, дизайн платформ може стимулювати появу культурних тенденцій, які підвищують роль регіональних особливостей, таких як зусилля спільноти Bali Buja зі збереження місцевої мудрості через онлайн- та офлайн-активності [5]. Глобалізація призвела до концентрації медіа-власності в руках транснаціональних корпорацій. Це спричинило посилення редакційного контролю з боку власників, які часто керуються комерційними мотивами, а не культурними чи освітніми цінностями. У перехідних економіках ці процеси особливо сильно впливають на редакційну незалежність та фінансування ЗМІ [4].

Успішна інтеграція в глобалізований медіапростір вимагає збереження місцевої культурної ідентичності. Локальні медіа повинні адаптуватися до глобальних трендів, але водночас протистояти уніфікації контенту. Європейські медіа-ринки демонструють різний рівень впливу залежно від концентрації власності, а також домінування транснаціональних чи місцевих власників. Глобалізація створює значні ризики для місцевих культур, які можуть розчинитися в інформаційному потоці. Водночас, цифрові інновації сприяють переосмисленню

регіональних цінностей і їхній інтеграції у глобальну інформаційну екосистему. Це доводять проєкти молодих дизайнерів, які сприяють збереженню культурних традицій через цифрові медіа. Дослідження показують, що інтеграція цифрових технологій є головним чинником, який дозволяє локальним медіа зберігати свою актуальність. Як зазначає Генрі Дженкінс у своїй праці «Convergence Culture: Where Old and New Media Collide», медіаконвергенція створює можливості для нових форм взаємодії між локальними медіа та їхньою аудиторією [2]. Соціальні мережі та мультимедійні платформи стали основними інструментами для розширення впливу локальних медіа. Соціальні мережі, стрімінгові сервіси, мультимедійні формати та персоналізований контент є основними інструментами, які дозволяють локальним медіа зберігати свою аудиторію. Проте цифровізація, водночас, загострює проблеми економічної концентрації. Транснаціональні корпорації, такі як Google і Meta, акумулюють значну частку доходів від реклами, що змушує локальні медіа шукати нові бізнес-моделі: краудфандинг, підписки чи грантову підтримку.

Важливим наслідком глобалізації є зміна споживання інформації. Локальна аудиторія все частіше віддає перевагу глобальному контенту, що відповідає світовим трендам. Це змушує локальні медіа застосовувати принципи глокалізації, тобто адаптації глобального контенту до потреб конкретної аудиторії. Такі підходи допомагають зберігати баланс між міжнародними стандартами й місцевими особливостями. Глобалізація сприяє уніфікації контенту, що ставить під загрозу збереження унікальності локальних медіа [6]. Втім, дослідники, такі як Ян Верменич, підкреслюють, що адаптація глобальних трендів до локального контексту (глокалізація) може стати ефективною стратегією. Це дозволяє одночасно використовувати глобальні технології та зберігати культурну автономію. Медіаграмотність населення стає важливим інструментом у боротьбі за довіру до локальних медіа. Вона дозволяє протидіяти поширенню дезінформації та маніпуляціям, які активно використовуються в глобальному інформаційному просторі. Підвищення рівня медіаграмотності сприяє збереженню уваги локальної аудиторії та підвищенню довіри до місцевих ЗМІ.

Отже, глобалізація створює водночас загрози й можливості для локальних медіа. З одного боку, концентрація медіа-власності та уніфікація контенту ставлять під загрозу збереження культурної унікальності. З іншого боку, глокалізація дозволяє інтегрувати місцеві цінності у глобальний контекст, відкриваючи нові економічні моделі та технологічні рішення. Дослідження підкреслює важливість впровадження цифрових технологій для збереження актуальності локальних медіа та формування нових форматів взаємодії з аудиторією.

Глокалізація виступає ключовим інструментом, який допомагає балансувати між глобальними стандартами і локальною ідентичністю. Перспектива подальших досліджень полягає у вивченні ефективності інноваційних моделей фінансування медіа, ролі медіаграмотності у збереженні довіри до локальних ЗМІ та розширенні можливостей локальної журналістики через мультимедійні формати.

Література:

1. Castells M. The Rise of the Network Society. Wiley-Blackwell. 2010. 656 p.
2. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press. 2006. 336 p.
3. Rutovic Z. The Financial-Economic Aspect of the Media and the Public Service in the Globalization Era (Budget and Ownership Framework). *Journal of Central Banking Theory and Practice*. 2017. Vol. 6(1). P. 127–144. https://doi.org/10.1515/jcbtp2017-0007
4. Zhelondievskaia L., Barysheva V. Local Culture Preservation Through Design in Global City. *NSU. Series : History and Philology*. 2021. Vol. 20(6). P. 180–191. https://doi.org/10.25205/1818-7919-2021-20-6-180-191
5. Верменич Я. Глобалізація vs локалізація: діалектика взаємодії у сучасному світі. *Міжнародні зв'язки України: наукові пошуки і знахідки.* 2021. Вип. 30. С. 207−224.
6. Русаков С. С., Пятковська Ю. В. Інструменти цифрової культури: культурологічний погляд на інновації в освітній галузі. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 7 «Релігієзнавство. Культурологія. Філософія».* Київ, 2015. Вип. 33 (46). С. 130–136.