



IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.87.1>

Medialogy as an Interdisciplinary Metatheory: Structure and Concept of Modeling

Ievgeniia Kyianytsia,

State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

The main objective of this study is to examine the media as a multilevel communication system encompassing technological, cognitive, socio-cultural, and ethical dimensions of its functioning within the context of digital transformation and evolving modes of information exchange. The relevance of the topic lies in the urgent need for a conceptual understanding of how contemporary media have ceased to operate merely as passive channels of data transmission and have become active constructors of cultural matrices, collective consciousness, and behavioural patterns. This shift necessitates the development of a new metatheoretical framework – medialogy – capable of offering an integrated approach to the study of a complex reality in which communication processes emerge at the intersection of humanistic, social, and technological factors. The aim of the research is to formulate an interdisciplinary construction of the metatheory of medialogy, one that systematises contemporary media knowledge and substantiates the significance of concepts such as media literacy, ethical responsibility, and cultural norms in the digital age as essential components for fostering informational resilience and reflective media behaviour. The methodological framework includes theoretical analysis to grasp the multifaceted nature of media; an analytical-synthetic approach combined with systems thinking to elaborate an integrative metatheory; and empirical validation through an expert online survey (CAWI method), designed to identify key evaluations and priorities in the contemporary understanding of media as a social institution. The study concludes that medialogy functions as a metatheoretical paradigm ensuring interdisciplinary coherence across research approaches. It enables the synthesis of empirical data, critical interpretation, and philosophical generalisation, thereby offering a holistic model for understanding and designing the media environment as a space of cultural production, ethical engagement, and cognitive orientation. In this context, media literacy, media ethics, and media culture are not isolated domains but interrelated elements in shaping a responsible public sphere—one that resists manipulative practices, strengthens resilience to informational distortion, and cultivates a renewed humanistic sensibility.

Keywords: medialogy, interdisciplinarity, metatheory, modelling, media, communication, digital technologies, society

Citation: Кияниця, Є. (2025). Медіалогія як міждисциплінарна метатеорія: структура та концепція моделювання. *Наукові записки інституту журналістики*, 87 (2), 8–20. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.87.1>

Copyright: © 2025 Євгенія Кияниця. This is an open-access draft article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.



У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Медіалогія як міждисциплінарна метатеорія: структура та концепція моделювання

Євгенія Кияниця

Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна

Об'єктом дослідження виступає медіа як багаторівнева комунікаційна система, що охоплює технологічні, когнітивні, соціокультурні та етичні виміри своєї дії в умовах цифрової трансформації та зміни інформаційної взаємодії. *Актуальність* теми полягає в необхідності концептуального осмислення того, як сучасні медіа перестають бути пасивним каналом передавання даних і набувають статусу активного фундатора культурної матриці, колективної свідомості та поведінкових моделей, що визначає потребу в новій метатеоретичній рамці – медіалогії – здатній забезпечити інтегрований підхід до вивчення складної реальності, де комунікаційні процеси постають у взаємодії гуманітарних, соціальних і технологічних чинників. *Мета* полягає у розробці міждисциплінарної конструкції метатеорії медіалогії, що систематизує сучасне знання про медіа та обґрунтовує значущість таких концептів, як медіаграмотність, етична відповідальність у медіасфері та культурна норма в цифрову епоху, для підвищення інформаційної стійкості та розвитку рефлексивної медіаповедінки. *Методи дослідження* охоплюють теоретичний аналіз, що дає змогу осмислити природу і багатогранність медіа; аналітико-синтетичний підхід у поєднанні з моделлю системного мислення для формування інтегративної метатеорії; а також емпіричну верифікацію теоретичних положень шляхом онлайн-опитування експертів (метод CAWI), спрямованого на виявлення оцінок і пріоритетів у сучасному баченні медіа як соціального інституту. *Головні висновки* зводяться до того, що медіалогія функціонує як метатеорія, що забезпечує міждисциплінарну єдність дослідницьких підходів, дозволяє синтезувати емпіричні дані, критичні інтерпретації та філософські узагальнення, а також створює цілісну рамку для осмислення й моделювання медіасередовища як чинника культурного творення, етичної взаємодії та когнітивної навігації в умовах інформаційної складності, де медіаграмотність, медіаетика й медіакультура постають не ізольованими категоріями, а взаємопов'язаними ланками у формуванні відповідальної публічної сфери, що протистоїть маніпулятивним впливам, забезпечуючи стійкість до інформаційних викривлень та формуючи нову гуманістичну чутливість.

Ключові слова: медіалогія, міждисциплінарність, метатеорія, моделювання, медіа, комунікація, цифрові технології суспільство

Сучасна комунікаційна реальність формується на стику цифрової еволюції, суспільних трансформацій і змін у структурі медіаспоживання, що зумовлює потребу в комплексному аналізі взаємодії медіа, цифрових інструментів та соціальних процесів, адже медіа більше не обмежуються роллю посередника, а скоріше стає активним агентом впливу на формування культурних кодів, поведінкових норм і колективної свідомості.

Євгенія Кияниця  <https://orcid.org/0000-0002-9629-9865>

Цю статтю було опубліковано спочатку онлайн 10 вересня 2025 року. Вона є звітом про дослідження кандидата наук із соціальних комунікацій Євгенії Кияниці.

Автор заявляє про відсутність конфлікту інтересів. У розробленні дослідження, зборі, аналізі чи інтерпретації даних, у написанні рукопису спонсори участі не брали.

Електронна адреса автора для листування: Євгенія Кияниця y.kyyanytsya@knu.edu.ua



Така багатовимірність вимагає міждисциплінарного підходу до вивчення тих самих медіа, в якому поєднуються методології гуманітарних, соціальних та технологічних наук для виявлення структурних закономірностей і розробки стратегій, спрямованих на підвищення стійкості до інформаційних впливів.

Дослідження підтверджують зростаючу складність функцій медіа, зокрема через зміни у формах споживання та довірі до джерел інформації (Бесараб та ін., 2024).

Так, ще у 2021 р. телебачення залишалося провідним джерелом новин для понад 66% українців, однак уже тоді спостерігалось стабільне зростання інтернет-аудиторії, особливо серед молоді (18–35 років), де щоденне користування мережею сягало 97% (InMind, 2021). Упродовж наступних років ця тенденція посилилася: згідно з даними Центру Разумкова за 2025 р., 72% респондентів отримують новини переважно з соціальних мереж, причому Telegram став провідним каналом серед цифрових платформ. Це означає майже двадцяти відсотковий приріст довіри до соціальних медіа порівняно з 2023 р., коли лише 54% опитаних надавали їм перевагу, а телебачення все ще домінувало з показником 60,5% (ОПОРА, 2023).

За таких умов спроба описати медіареальність через традиційні галузеві моделі (наприклад, як журналістику, PR чи цифрові платформи як окремі системи) втрачає пояснювальну силу. Натомість постає потреба у метатеоретичній рамці, здатній інтегрувати різномірні підходи, починаючи від аналізу технологічних інфраструктур і алгоритмічної логіки поширення інформації, до дослідження змістів, аудиторних практик і соціокультурних ефектів. Саме медіалогія, на наш погляд, як метатеорія може виступити інтелектуальним каркасом для такого аналізу, поєднуючи емпіричні дані, міждисциплінарні методології та критичні інтерпретації і забезпечуючи при цьому не лише картографувати зміни, а й осмислити їхню системну взаємозалежність, описати нові типи медіаавтономії, логіки довіри, інституційної адаптації.

Для формування метатеорії медіалогії вважаємо за необхідне проаналізувати джерельну базу, що охоплює філософські, історико-методологічні та емпіричні дослідження. Медіа, як феномен, що функціонує на перетині культури, технологій і соціальних практик, потребує міждисциплінарного осмислення, здатного інтегрувати онтологічний і гносеологічний рівні, простежити історичну динаміку теоретичних уявлень і виявити структурні механізми функціонування у трансформаційних умовах сучасності.

Теоретичне підґрунтя

Отже, філософські підходи, на наш погляд, відіграють ключову роль у кристалізації медіалогії як метатеорії. У працях Т. Адорно, В. Беняміна, П. Вірілію, М. Гайдеггера, С. Жижека, Б. Масумі, Л. Флоріді медіа осмислюються не лише як репрезентативні засоби, а більше як засадниче середовище формування реальності. Автори розглядають медіальність як передумову пізнання, уможливаючи включення до дослідницького апарату таких категорій як візуалізація, цифровізація, симуляція, афективна комунікація, алгоритмічне мислення. У цьому контексті медіа постають як інфраструктури буття – техніко-сміслові середовища, у межах яких конструюються суб'єктність, досвід і просторово-часові уявлення, що трансформуються під впливом алгоритмізації, техногенного прискорення та віртуалізації (Плантен, Пунатхамбекар, 2019). У деяких джерелах репрезентується багатовимірне бачення медіа як соціокультурних, технологічних та епістемологічних формацій, що беруть участь у трансформації реальності через медіа. Ідеї Д. Болтера, Л. Гігелмана, Ф. Котлера, Ш. Кубітта, Л. Мановича, Ю. Парікки, Д. Пітерса, Н. Серса, В. Флюссера, Е. Хухтамо, В. Чуна й інших авторів визначають логіку взаємодії медіа з культурним і технологічним середовищем. У межах «media archaeology» (Хухтамо, Парікка, 2011) розкривається невидима технічна структура медіаінфраструктур, що дозволяє вияви-



ти маргіналізовані аспекти медіа як матеріальних об'єктів. Напряв «software studies» (Манович, 2013) фокусується на програмному коді як базовому механізмі регулювання інформаційних процесів, який формує соціальні практики й структурує комунікаційне поле. У підсумку, медіа постають не як сукупність контенту чи каналів, а як складні техно-соціальні системи з автономною логікою функціонування.

Історико-методологічні студії дають змогу реконструювати етапи розвитку медіатеорій, трансформацію комунікативних парадигм і становлення медіа як соціокомунікаційних систем. Для конструювання метатеорії медіалогії цінність становлять праці Ж. Бодріяра, Г. Ініса, М. Маклюєна, Г. Катцефа, в яких медіа розглядаються як активні агенти формування громадської думки, підтвердження чого можна знайти в роботах вітчизняних розвідників М. Бутиріної, Н. Зражевської, В. Іванова, С. Квіта, Т. Крайнікової, Л. Найдьонової, В. Різуна, В. Садівничого, Л. Чернявської, Л. Шевченко та ін. Їхні дослідження сприяли формуванню міждисциплінарного підходу, що поєднує соціологічний, психологічний, лінгвістичний, культурологічний та технологічний виміри.

Осмислення медіалогії як метатеорії значною мірою ґрунтується на аналізі емпіричних кейсів, які виконують евристичну функцію, дозволяючи виявити глибинні особливості функціонування медіа як складних соціокультурних і технологічних систем. Репрезентативними стали моделі медіапрактик у країнах з різними акцентами: економічний вимір можна аналізувати на прикладі Німеччини, етичний – Фінляндії, а культурний – Канади. У цих прикладах простежується баланс між державним регулюванням і свободою слова, інноваційністю та довірою до інституцій, локальною специфікою та глобальними викликами. Проведений аналіз не лише підтвердив теоретичні засади розуміння медіа як структурованих систем, а й став підґрунтям для формування нормативної матриці метатеоретичної моделі. Вивчення українського контексту, зокрема діяльності Суспільного мовлення та незалежних медіа, продемонструвало потребу в глибшому осмисленні медіа як соціокультурних інституцій, що формують відповідальні практики як на індивідуальному, так і на системному рівні. У цьому сенсі медіалогія постає не лише як теоретична конструкція з нормативними орієнтирами, а й як інструмент практичного застосування у сфері соціальних комунікацій, що забезпечує багаторівневу аналітику медіа в межах етичного, наукового та публічного дискурсів.

Мета дослідження полягає у розробці міждисциплінарної конструкції метатеорії медіалогії, що систематизує сучасне знання про медіа та обґрунтовує значущість таких концептів, як медіаграмотність, етична відповідальність у медіасфері та культурна норма в цифрову епоху, для підвищення інформаційної стійкості та розвитку рефлексивної медіаповедінки

Метод

У процесі дослідження було застосовано низку взаємодоповнювальних методологічних підходів, що забезпечили цілісність і концептуальну завершеність побудови метатеоретичної конструкції медіалогії. Філософсько-теоретичний аналіз дозволив осмислити медіа як онтологічний і гносеологічний феномен у контексті класичних і сучасних парадигм мислення. Метод концептуалізації сприяв формуванню міждисциплінарного категоріального апарату, тоді як моделювання забезпечило структурну організацію дослідження у вигляді пірамідальної схеми. Запропонована модель, побудована на засадах аналітико-синтетичного методу, репрезентує медіалогію як метатеорію верхнього рівня; на середньому рівні – інтерфейсні міждисциплінарні концепти й аналітичні площини (макро-, мезо-, мікро-); а на базовому – галузеві дисципліни, які забезпечують емпіричне наповнення дослідницької рамки. Така архітектоніка дала змогу сформувати системну модель, що інтегрує теоретичні, прикладні та емпіричні компоненти сучасного медіааналізу.



Результати та обговорення

У сучасному медійному дискурсі дедалі актуальнішою стає потреба в осмисленні медіа як складного, багаторівневого та динамічного феномену. В умовах зростаючої міждисциплінарності медіадосліджень та розширення розмаїття дослідницьких підходів постає необхідність не лише в описі окремих аспектів функціонування медіа, а й у побудові цілісної концептуальної надструктури, здатної інтегрувати різнорівневі аналітичні підходи, рефлексивні концепти та прикладні практики. У цьому контексті метатеорія медіалогії постає як форма системної рефлексії, в рамках якої здійснюється осмислення не стільки самих медіа, скільки принципів, методів і логіки побудови знання про них. Її функцією є не лише інтеграція існуючих дисциплін і концептів, а й критичне опрацювання онтологічних, епістемологічних та аксіологічних засад медіадосліджень, а також виявлення внутрішніх взаємозв'язків між різними рівнями аналітики – від емпіричних спостережень до філософських узагальнень. Забезпечуючи узгоджену рамку для поєднання розрізнених підходів і формування цілісного наукового бачення, в якому медіа осмислюються як культурне, політичне, технологічне й етичне явище, метатеорія постає як форма системного знання другого порядку – не просто концепція про об'єкт, а як спосіб мислення про інструменти, якими ми пізнаємо цей об'єкт. Її фокус зосереджується не на самих медіа, а на структурі наукового знання про них: вона аналізує, як формуються теорії, які поняття лежать в основі дослідницьких конструкцій, якими є методи обґрунтування та межі застосування різних наукових підходів. У цьому сенсі метатеорія – це не ще одна теорія про медіа, а узагальнююча основа, що дозволяє побачити взаємозв'язки між фрагментами дослідницької картини й сформувати цілісне розуміння природи, структури й логіки функціонування медіа.

Поняття *метатеорії* як «теорії про теорії» сформувалося в межах філософії науки та логіки (Поппер, 2005; Тарський, 1944; Лакатош, 1978) і позначає такий рівень теоретичного осмислення, на якому предметом аналізу виступають не емпіричні явища, а концептуальні моделі, що їх інтерпретують та описують. Такий рівень знання дає змогу осмислювати наукові пояснення, вивчати їхню внутрішню побудову, методологічні засади, термінологічні обмеження та логіку теоретичного конструювання. У контексті сучасних міждисциплінарних досліджень метатеоретичний підхід постає як ефективний інструмент, що сприяє консолідації різнорідних уявлень, виявленню їх перехресть і формуванню рефлексивного підґрунтя для аналізу медіа як комплексного феномену. Це зумовлює необхідність синтезу знань із дотичних галузей – медіаграмотність, медіаетика, медіапсихологія, медіалінгвістика, медіаекономіка, медіакультура тощо – з метою створення концептуально узгодженої системи медіалогії, спроможної поєднувати фактичний матеріал із загальними теоретичними моделями та рівнем метарефлексії.

Для емпіричного підтвердження запропонованої метатеоретичної моделі розвитку медіалогії було проведено цільове опитування серед фахівців у сфері комунікації, результати якого окреслили пріоритетні домени сучасного знання про медіа. Зібрані дані дали змогу виокремити ті складники, що найчастіше згадуються як засадничі для осмислення функціонування інформаційного середовища в умовах цифрової трансформації. Серед них особливу увагу привертає медіаграмотність, яка, поряд із етичними координатами, психологічними чинниками й мовними механізмами, фігурує як ключовий орієнтир у професійній і суспільній рефлексії щодо динаміки медіапроцесів. Збір відповідей здійснювався за допомогою методу онлайн-інтерв'ю (CAWI), із використанням платформи Alchemer та залученням системи Cint, що забезпечила надійність репрезентативної вибірки й валідність отриманої інформації (Анкета-опитування щодо знання медіалогії, 2024).

Результати опитування демонструють концептуальну значущість медіаграмотності в межах міждисциплінарного аналізу функціонування медіа, позначаючи її як перспектив-



ний інтегративний елемент у формуванні загальної теоретичної моделі. У контексті мета-теорії, що прагне поєднати різномірні складники у цілісну структуру, медіаграмотність постає не просто як інструмент критичного споживання контенту, а як складна когнітивно-етична компетентність, яка охоплює аналітичні навички, рефлексивну здатність та ціннісно-світоглядні орієнтири. Вона виконує функцію інтелектуального навігатора у сучасному поляризованому інформаційному просторі, сприяючи розпізнаванню маніпуляцій, демаркації достовірного знання та збереженню автономії мислення. У межах медіалогічної мета-теорії медіаграмотність набуває статусу структуроутворюючого чинника, який синтезує знання про медіасистеми, етичну рефлексію та креативну ініціативу. Її ключові прояви – від контентного аналізу та участі у виробництві повідомлень до адвокаційних практик і прагнення до інформаційної самостійності – визначають її як метарівень критичного мислення, необхідний для утвердження етичної публічної сфери й відновлення довіри як базис демократичної суспільної взаємодії. У цьому контексті медіаграмотність постає не лише як засіб навігації у складному інформаційному середовищі, а як фундаментальний чинник концептуальної єдності медіалогії як метатеоретичної конструкції.

З-поміж концептуальних основ медіалогії, що були окреслені в межах проведеного емпіричного дослідження, особливу вагу респонденти надали медіаетиці, поряд із медіаграмотністю, визначивши її не лише як звід професійних стандартів, а як багаторівневу нормативну систему, що формує моральну інфраструктуру медіасередовища, виконує регулятивну функцію і сприяє збереженню якісної публічної комунікації в умовах поліфонічної та часто поляризованої медіареальності (Крістіанс та ін. 2015). Її інтегративна роль полягає в синтезі філософських, соціологічних, правових та комунікаційних підходів, що дозволяє не лише осмислювати етичний вимір медіапрактик, а й розробляти нормативні орієнтири поведінки для представників медіа у складних моральних і соціальних контекстах. В умовах алгоритмізації дистрибуції контенту, поширення дезінформації та зниження порогу до маніпулятивних впливів саме етичний регулятивний вимір є необхідною умовою збереження балансу між свободою вираження та публічною відповідальністю, водночас виконуючи як превентивну, так і конструктивну функції – зокрема, відновлення довіри до медіа, зменшення поляризації, зміцнення соціального капіталу (Ковач, Розенштіл, 2007). Отже, медіаетика в межах метатеоретичного конструкту медіалогії набуває статусу не факультативної дисципліни, а основного ядра, що забезпечує моральну виправданість, суспільну ефективність і стійкість медіасистем у добу постправди.

Також, за результатами проведеного опитування, медіакультура посідає одну з провідних позицій, що зумовлено її евристичним потенціалом у контексті метатеоретичного аналізу медіа. Як концептуальний структурний елемент, медіакультура дає змогу осмислити не лише форми і зміст медіаповідомлень, а й культурно зумовлені способи їх продукування, циркуляції та рецепції, виявляючи глибинні механізми символічного впливу та ідеологічного конструювання (Хол, 1997). У межах критичних досліджень вона постає як простір, де відбувається не лише трансляція норм і цінностей, а й формування культурного коду, що впливає на структури сприйняття, соціальну ідентичність та афективну залученість (Бодрійяр, 1981). Особливої актуальності медіакультура набуває у добу цифрової трансформації, оскільки сучасні інтерактивні платформи постають не лише як інструменти передавання інформації, а як складні середовища, що формують моделі поведінки, уявлення про норми й засади соціального буття (Калдрі, Хепп, 2017). Такий аналітичний підхід дозволяє окреслити глибинні трансформації у структурі медіапростору. Йдеться не про окремі феномени, а про органічні властивості нової медіареальності, в якій культурні сенси вже не стільки відтворюються традиційними інституціями, скільки постають у межах гнучких, технічно опосередкованих комунікаційних конфігурацій. Ще в середині ХХ ст. М. Маклюен окреслив медіакультуру як базову матрицю функціонування медіа, наголо-



шуючи на її здатності переоформлювати сприйняття, мисленнєві схеми та суспільні зв'язки (Маклюєн, 1964). Проте сучасна структура цифрових медіасистем зумовлює перегляд зазначених акцентів, адже сьогодні дедалі більше уваги приділяється не лише наповненню й організації символічного поля, а й питанням етики, норм комунікативної поведінки та стратегій відповідального користування інформаційними потоками. У цьому світлі медіакультура постає не просто як простір продукування сенсів, а як нормативно заряджене поле, де формуються орієнтири відповідальності, межі дозволеного та параметри довіри. Саме завдяки такій здатності пов'язувати технологічні основи, культурну динаміку та етичні виміри комунікації, вона посідає одне з центральних місць у метатеоретичній конструкції медіалогії.

Серед концептів, які респонденти окреслюють як структурно значущі для побудови метатеорії медіалогії, особливу увагу привертає медіамистецтво – попри обмежене представлення в академічному дискурсі, воно виявляє зростаючий концептуальний потенціал. Хоча цей напрям ще не сформувався як повноцінна наукова парадигма, у сучасному медійному контексті дедалі чіткіше проявляється його інтегративна функція, що реалізується на стику художньої експресії, цифрових технологій і медіадизайну. Теоретичне осмислення медіамистецтва розгортається в межах дискусій про його природу як форми культурної репрезентації, що не лише відображає художній досвід, а й активно конструює когнітивні й перцептивні моделі взаємодії з медіареальністю. В умовах цифрової екосистеми, що орієнтується на гібридні, візуально-емоційні та інтерактивні форми комунікації, саме медіамистецтво дедалі виразніше виступає як чинник формування естетичної логіки репрезентації інформації, яка стає визначальною для підвищення ефективності медіаповідомлень. Широкий спектр практик, зокрема веб-дизайну, інтерактивної анімації, новітніх форм сторітелінгу та генеративного мистецтва, мають на меті сенсонстворення в публічному просторі (Пауль, 2020). На тлі трансформації аудіовізуального споживання, в якому дедалі більше стираються межі між рекламою, журналістикою та цифровим контентом, медіамистецтво постає як істотно важливий складник метатеорії медіалогії. Саме воно, з позиції медіапрофесіоналів, виявляється функціонально пріоритетним, оскільки не лише кодифікує візуальні форми сучасності, а й генерує нові режими досвіду, радикально впливаючи на структури уваги, емоційної залученості та етичного сприйняття медіареальності.

Ще однією з концептуальних основ метатеорії медіалогії, згідно з позицією фахової спільноти, постає медіапсихологія, яка поглиблює пізнавальний вимір аналізу медіадіяльності на мікрорівні – рівні індивідуального сприйняття, когнітивної обробки інформації, формування медіаінтерпретацій та афективних реакцій. Інтердисциплінарно поєднуючи здобутки когнітивної психології, нейропсихології, психосеміотики та теорій емоційного впливу, медіапсихологія дає змогу досліджувати механізми внутрішнього сенсонстворення, що визначають глибину й спосіб осмислення медіареальності. Зокрема, вона обґрунтовує поняття «когнітивної взаємодії з медіа», пояснюючи, як інформаційні тригери, емоційне забарвлення контенту, візуальні символи та структура наративу впливають на сприйняття, формування переконань і мотиваційні процеси (Джайлз, 2010). Від так, медіапсихологія є важливим інструментом для виявлення факторів, що визначають ефективність маніпулятивних стратегій, явищ емпатійного резонансу та нейропсихологічних основ інформаційного впливу, через створення основи для аналізу психоемоційної безпеки, інформаційного добробуту, цифрової емпатії та етичної відповідальності. Подібно до медіаграмотності та медіетики, медіапсихологія інтегрується у ядро метатеоретичної конструкції медіалогії, що сприяє не лише міждисциплінарній координації, а й глибинному аналізу внутрішньоособистісних процесів взаємодії з медіа, які є фундаментальними для розуміння культурних, соціальних і політичних трансформацій сучасного суспільства.



Здійснене опитування серед медіафахівців підтвердило, що хоча медіалінгвістика не сприймається як центральне ядро метатеорії медіалогії, вона посідає в ній стратегічно важливе місце, адже саме через дослідження мови як основного інструменту комунікації формуються засади етичного, структурно збалансованого та відповідального медіаконтенту. Як міждисциплінарна галузь, що поєднує лінгвістичний аналіз, психологію сприйняття та комунікативні стратегії, медіалінгвістика не лише описує медіатексти, а й пропонує принципи їх екологічного моделювання, враховуючи сугестивний потенціал мови, здатної впливати на світогляд, емоції та поведінкові реакції аудиторії (Бутиріна, 2007). У цифрову епоху, коли трансформуються не лише медіаформати, а й сама природа комунікації, від лінійного споживання до інтерактивної участі користувача, мовні практики набувають особливої ваги як засіб конструювання значення, інтерпретації реальності та соціального впливу. У цьому контексті медіалінгвістика як складник метатеоретичної рамки відіграє ключову роль у формуванні якісного, демократичного та адаптивного до технологічних змін медіапростору, що формується як відповідь на новітні виклики інформаційної надмірності, зниження когнітивної стійкості та емоційного тиску медіаповідомлень.

Системне осмислення наведених елементів у контексті метатеорії медіалогії, сформоване за результатами аналітичного узагальнення експертних оцінок медіапрофесіоналів, відображено в таблиці 1.

Таблиця 1.

Оцінка важливості складників метатеорії медіалогії (складено автором на основі анкетування)

Складник метатеорії медіалогії	Дуже важливо	Скоріше важливо	Настільки важливо, як і ні	Скоріше неважливо	Абсолютно неважливо	Сумарно важливо
Медіаграмотність	72%	25%	2%	0%	1%	97%
Медіаетика	56%	38%	5%	1%	1%	94%
Медіакультура	40%	46%	13%	0%	2%	85%
Медіамистецтво	31%	51%	16%	2%	0%	82%
Медіапсихологія	31%	51%	15%	2%	2%	82%
Медіалінгвістика	24%	42%	27%	5%	2%	66%

Але, крім уже сформульованих базових конструктів, що становлять основу метатеоретичного підґрунтя медіалогії, доцільно враховувати також гуманітарні, культурні, технічні та організаційні чинники, які в сукупності забезпечують цілісне й багатоаспектне розуміння медіадіяльності як складної соціокультурної та економічної системи. Окремої уваги, на нашу думку, заслуговують медіаекономіка та процеси медіакластеризації, які, попри їхню нинішню недооціненість у сприйнятті респондентів (менше 50 % відзначили їхню значущість), мають сутнісне значення для осмислення сучасної конфігурації медіапроцесів. Інтеграція цих аспектів у межі метатеорії дозволяє зафіксувати взаємозв'язок між економічною логікою функціонування медіасфери та організаційною структурою її інституційного ландшафту. Кластеризація постає як механізм просторово-функціональної концентрації медіаактивів, що забезпечує ефективну сегментацію та адресну взаємодію з аудиторіями, тоді як медіаекономіка відкриває аналітичні горизонти для дослідження ресурсної динаміки у виробництві інформаційного продукту. Відтак, включення цих складників сприяє формуванню уніфікованої моделі взаємодії технологічних, культурних і ринкових імперативів, що є критично важливими для забезпечення цілісності метатеоретичної рамки та її змістовної відповідності реальним процесам у медіасфері.



Спираючись на системний аналіз джерельної бази досліджень, дотичних до формування метатеоретичних засад медіалогії, а також на результати проведеного емпіричного дослідження (анкетування медіапрофесіоналів), ми пропонуємо власну концептуалізацію медіалогії.

Медіалогія – це міждисциплінарна метатеорія, що інтегрує знання з різних наукових сфер для аналізу, оптимізації та розвитку медіадіяльності, досліджуючи функціонування медіа на макро-, мезо- та мікрорівнях і слугуючи науково-практичним підґрунтям для ефективного функціонування медіаінституцій загалом і медійників зокрема (Кияниця, 2018).

Усвідомлення медіалогії як міждисциплінарної метатеорії зумовлює необхідність синтезу наукових підходів, що дають змогу комплексно осмислити складну, динамічну природу сучасних медіапроцесів. Їх багатовимірність потребує поєднання гуманітарної рефлексії з соціотехнічним аналізом, що уможливорює вихід за межі галузевої фрагментарності. У цьому контексті соціокомунікаційна перспектива допомагає простежити, як медіа формують колективні уявлення, транслиють цінності та кодифікують ідентичність у межах конкретного медіапростору. Такий підхід відкриває можливість не лише для діагностики змін інформаційного ландшафту, а й для формування ефективних аналітичних і нормативних інструментів, здатних супроводжувати трансформацію медіапрактик. Саме ця інтегративна логіка відкриває потенціал для практичного застосування метатеоретичної моделі на різних рівнях функціонування медіасфери:

- на макрорівні медіалогія зосереджується на вивченні системних комунікаційних процесів, які формують глобальний інформаційний простір, визначають стратегічні напрями транснаціонального впливу та конструюють ідеологічні, культурні й політичні наративи, що забезпечують підтвердження влади і встановлюють провідні структури символічного капіталу в міжнародному дискурсі, водночас розкриваючи механізми репрезентації, виробництва та споживання медійних сенсів у контексті глобальних медіаінституцій і транснаціональних медіаекосистем;

- на мезорівні медіалогія аналізує складні взаємодії між медійними структурами та колективними суб'єктами, акцентуючи увагу на процесах медіапосередництва, що сприяють формуванню локалізованих ідентичностей, групових оповідей і політичної суб'єктності, а також на ролі медіа як комунікаційних інструментів, що забезпечують циркуляцію інформації, консолідацію професійних і соціальних спільнот та мобілізацію громадянських ініціатив у межах регіональних і соціальних контекстів;

- на мікрорівні медіалогія зосереджується на вивченні індивідуальних медіапрактик, аналізуючи взаємодію користувачів із медіаконтентом і його вплив на повсякденні життєві стратегії та світоглядні позиції, що включає дослідження механізмів емоційної реакції, ідентифікації та соціалізації, які формуються в межах цифрових середовищ і медіаекосистем, водночас виявляючи способи конструювання смислів і цінностей через персоналізовані комунікаційні практики.

Отже, багатовимірний характер медіалогії відкриває можливості для цілісного аналізу сучасних медіаявищ на різних рівнях – від глобальних трансформацій у сфері комунікацій до конкретних локальних практик і суб'єктивного досвіду сприйняття інформації. Інтеграція знань із соціальних, гуманітарних, психологічних і технологічних дисциплін дозволяє не лише описувати зовнішні параметри медіа, а й досліджувати глибинні механізми їх впливу. Такий підхід забезпечує одночасне охоплення макропроцесів – як-от функціонування глобальних інформаційних мереж – і мікрорівня індивідуальної комунікативної



поведінки. З огляду на це, для глибшого розуміння сутності та принципів функціонування метатеорії медіалогії доцільним є представлення її міждисциплінарної моделі у візуалізованому форматі (див. рис. 1).

Рисунок 1.
Міждисциплінарне моделювання медіалогії



Відтак, медіалогія постає як системоутворююча метатеорія, що забезпечує міждисциплінарну узгодженість і методологічну цілісність сучасної комунікативної науки, інтегруючи гуманітарні, соціальні, інформаційні та технологічні підходи задля комплексного осмислення медіадіяльності в умовах цифрової трансформації. Вона виконує функцію певного каркасу, який дозволяє здійснювати дослідження на макро-, мезо- та мікрорівнях, охоплюючи структурні, семіотичні, етичні, управлінські, психологічні, культурні та економічні виміри функціонування медіа. У цьому контексті медіалогія репрезентує єдину концептуальну площину, що охоплює вивчення медіа як знакових систем, механізмів когнітивної та емоційної взаємодії, етичних норм професійної діяльності, принципів стратегічного управління, форм ідеологічної трансляції, дискурсивних і семіотичних структур, а також організаційних моделей і механізмів виробництва інформаційного контенту. Водночас вона включає креативний та естетичний аспекти візуальної комунікації, а також нормативно-ціннісні орієнтири, що забезпечують критичне осмислення медіапрактик у соціально відповідальному ключі. У такій конфігурації медіалогія не лише окреслює логіку теоретичного моделювання, а й формує цілісне бачення медіасфери як багатовимірного соціокультурного феномену, здатного до саморефлексії, розвитку та адаптації в умовах постіндустріального суспільства.



Висновки

1. У добу цифрової надінформаційності, фрагментованого дискурсу та розмитих епістемологічних координат актуалізується потреба у науковій парадигмі, здатній поєднати різноспрямовані типи знання – філософське осмислення, соціологічну інтерпретацію, культурологічну перспективу, когнітивно-психологічні підходи, теорію комунікації та цифрово-аналітичне мислення. У цьому контексті постає концептуальна вимога до формування медіалогії як інтегративної метатеорії, що окреслює методологічні орієнтири для дослідження складної взаємодії медійних механізмів, соціокультурної динаміки, трансформацій колективної свідомості та технологічних інновацій. Як метатеоретична конструкція й надсистемне аналітичне утворення, медіалогія акумулює різномірні підходи в єдиному інтерпретаційному полі, що дозволяє не лише здійснювати глибинний аналіз медіареальності, її смислотворчих структур і соціокомунікаційного потенціалу, а й критично рефлексувати над самим процесом конструювання наукового знання – його поняттєвими рамками, методологічними стратегіями та цільовими установками.

2. Релевантне осмислення медійних явищ у сучасному суспільстві вимагає інтегрованого міждисциплінарного підходу, що поєднує вищезазначені парадигми задля виявлення як структурних параметрів медіапростору. У цьому контексті медіаграмотність постає як базова когнітивна та етична компетенція, що забезпечує критичне осмислення контенту, розпізнавання маніпулятивних стратегій і відповідальне користування інформаційними ресурсами, а її етичне продовження – медіаетика – виконує нормативно-регулятивну функцію, зміцнюючи суспільну довіру та запобігаючи поширенню дезінформації. Паралельно медіакультура виступає засобом кодифікації соціальних уявлень і смислів, формуючи символічні орієнтири в умовах цифровізації та медіатизації, тоді як медіамистецтво відкриває простір естетичних трансформацій, де художня виразність поєднується з технологічною інноваційністю, змінюючи як візуальні коди, так і модули комунікативної взаємодії. Визначену рамку поглиблює медіапсихологія, яка досліджує внутрішні механізми сприйняття, афективного реагування та інтерпретації, розкриваючи нейропсихологічні чинники емоційного залучення, а також медіалінгвістика, що аналізує мовні структури як інструменти семіотичної організації смислів і етичної артикуляції медійного впливу в умовах емоційно навантаженого, символічно перенасиченого середовища. До запропонованого каркаса також інтегруються медіаекономіка та процеси кластеризації, які дозволяють виявити закономірності функціонування медіасфери, логіку розподілу ресурсів, організаційні моделі виробництва контенту та механізми аудиторного таргетування, що спільно формують актуальну конфігурацію інформаційного ландшафту.

3. З огляду на трансформацію медіапростору у бік емоційно-маніпулятивної екосистеми, в якій знання дедалі частіше витісняється переживанням, а фактичність – наративністю, простежується зростання впливу алгоритмічних структур і цифрових платформ, що визначають рамки сприйняття, формують інформаційні бульбашки та зумовлюють зсув у бік індивідуалізованого, постраціонального досвіду. Умови віртуалізації стимулюють появу нових форм соціальної взаємодії, які розмивають межу між реальним і симульованим, ускладнюючи процеси ідентифікації істинності, довіри та критичного осмислення контенту. У цьому контексті було запропоновано концептуалізацію медіалогії як багаторівневої міждисциплінарної метатеорії, що інтегрує філософсько-гносеологічний аналіз природи медіа, структурно-системний підхід до функціонування медіаінституцій, а також когнітивно-афективні механізми впливу й рецепції. Усвідомлення та реалізація цієї моделі відкриває можливості для цілісного осмислення складності сучасних медіапроцесів, ураховуючи соціокультурні, політичні, психологічні й технологічні виміри. Медіалогія, таким чином,



постає як аналітичний і практичний інструментарій для діагностики трансформацій інформаційного середовища й розробки ефективних стратегій адаптації та розвитку медіапрактик у різних контекстах і масштабах.

Декларація про генеративний штучний інтелект та технології, що використовують штучний інтелект у процесі написання.

Під час підготовки цієї статті автор не використовувала інструменти штучного інтелекту. Автор статті несе повну відповідальність за правильне використання та цитування джерел.

Посилання

- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Éditions Galilée.
https://monoskop.org/images/9/90/BAUDRILLARD_Jean_-_1981_-_Simulacres_et_simulation.pdf
- Christians, C. G., Fackler, M., Kreshel, P. J., & Richardson, K. B. (2016). *Media ethics: Cases and moral reasoning* (10th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315544199>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity.
https://www.politybooks.com/bookdetail?book_slug=the-mediated-construction-of-reality--9780745681306
- Giles, D. (2010). *Psychology of the media*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-1-137-05904-8>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage/Open University.
https://fotografiaeteoria.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/05/the_work_of_representation_stuart_hall.pdf
- Huhtamo, E., & Parikka, J. (2011). *Media archaeology: Approaches, applications, and implications*. University of California Press. <https://www.ucpress.edu/books/media-archaeology/paper>
- InMind. (2021). *Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа: Загальнонаціональне дослідження*. Internews, USAID.
https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/193866/usaidtheinternewsmedia_report_2021 ukr.pdf
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers Press URL : <https://www.tomrosenstiel.com/essential/the-elements-of-journalism/>
- Lakatos, I. (1978). *The methodology of scientific research programmes* (J. Worrall & G. Currie, Eds.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511621123>
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury Academic.
https://issuu.com/bloomsburypublishing/docs/9781623566722_web
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill. URL : <https://designopendata.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf>
- Paul, C. (2020). *Digital art now: Histories of (im)materialities*. *International Journal for Digital Art History*, (5), 2.2–2.11. <https://doi.org/10.11588/dah.2020.5.75504>
- Plantin, J.-C., Punathambekar, A. (2019). *Digital media infrastructures: Pipes, platforms, and politics*. *Media, Culture & Society*, 41(2), 163–174. <https://doi.org/10.1177/0163443718818376>
- Popper, K. R. (2005). *The logic of scientific discovery* (2nd ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203994627>
- Tarski, A. (1944). *The semantic conception of truth and the foundations of semantics*. *Philosophy and Phenomenological Research*, 4(3), 341–376. <https://doi.org/10.2307/2102968>
- Анкета-опитування щодо знання медіалогії. (2024). [Questionnaire on media studies knowledge]
<https://s.polls.team/s3/Quota-page-medialogiya>
- Бутиріна, М. В. (2007). Явище стереотипізації у масовій комунікації. [The phenomenon of stereotyping in mass communication] *Поліграфія і видавнича справа*, (2)46, 13–21.
<http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/2-46/4.pdf>
- Кияниця, Є. О. (2018). Контент і таргетинг – основні елементи новітньої медіалогії. [Content and targeting are the main elements of modern medialogy] *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, 29(68), № 2, 167–171. http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_filol_2018_29%2868%29_2_33



ОПОРА (2023). Медіаспоживання українців: другий рік повномасштабної війни. Опитування ОПОРА [Media consumption of Ukrainians: The second year of full-scale war. OPORA's survey]. URL : https://www.oporaua.org/polit_ad/nokaut-telebachennyyu-yak-social-ni-merezhi-utrimuyut-pershist-v-postachanni-novin-ukrayincyam-24852

Суспільне мовлення. Про нас, звіти, стратегія. [Public Broadcasting. About Us, Reports, Strategy] Суспільне. URL : <https://suspilne.media/>

Надійшла до редакції 04.06.2025.

Прийнято до друку 01.07.2025

Оприлюднено 10.09.2025