

Анна Миколаївна Бокшан

## Медіатизація культури в контексті сучасного наукового дискурсу

УДК 316.77:008:001.8

DOI <https://doi.org/10.24195/artstudies.2026-2.3>

Анна Миколаївна Бокшан  
старший викладач кафедри культури та соціально-гуманітарних дисциплін  
Закарпатської академії мистецтв  
ORCID: 0000-0002-5263-2515

Дата першого надходження статті до видання: 28.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 24.04.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

*У статті здійснено комплексний аналіз феномену медіатизації культури як одного з визначальних процесів розвитку сучасного суспільства в умовах цифрової трансформації та глобалізації. Метою статті є теоретичне осмислення медіатизації культури в контексті сучасного наукового дискурсу, а також виявлення її ключових характеристик, механізмів і наслідків.*

*У дослідженні проаналізовано основні наукові підходи до інтерпретації поняття «медіатизація», зокрема як процесу, в межах якого медіа стають автономним соціальним інститутом, що впливає на функціонування інших сфер суспільства. Розглянуто концепції медіа як середовища, що формує нові типи культурних практик і трансформує традиційні форми комунікації. Особливу увагу приділено ролі цифрових технологій, соціальних мереж та інтерактивних платформ у зміні способів культурної участі та репрезентації.*

*Висвітлено вплив медіатизації на формування культурної ідентичності, зокрема через процеси символічного конструювання реальності, віртуалізації досвіду та гібридизації культурних форм. Проаналізовано взаємодію глобальних і локальних культурних процесів, що відбуваються під впливом медіа, а також трансформацію культурних норм, цінностей і моделей поведінки. Окреслено ризики та виклики, пов'язані з медіатизацією, серед яких інформаційна перенасиченість, маніпулятивні практики та зміщення акцентів у культурному виробництві.*

*У статті обґрунтовано необхідність міждисциплінарного підходу до дослідження медіатизації культури, що поєднує інструментарій культурології, соціології, медіадосліджень та комунікативістики. Узагальнено, що медіатизація культури є складним, багаторівневим процесом, який не лише відображає, але й активно формує сучасний науковий і соціокультурний дискурс, визначаючи нові вектори розвитку культури в умовах цифрової епохи.*

**Ключові слова:** медіа, медіатизація, культура, соціокультурний простір, мистецтво, цифрові технології, культурні практики, культурна ідентичність, науковий дискурс, соціальні комунікації, інформаційне суспільство, глобалізація, медіапростір.

**Постановка проблеми.** Сучасне суспільство переживає глибоку трансформацію під впливом інформаційно-комунікаційних технологій і масового поширення медіа. Медіа стали поширеними в повсякденному житті, вони є не лише трансляторами, а й сприяють формуванню способів сприйняття культури та мистецтва. Медіатизація культури змінила традиційні функції мистецьких практик, вплинула на форму і зміст творчих продуктів, а також на спосіб їхнього сприйняття.

Використання медіа в освітньому процесі дозволяє активізувати пізнавальну діяльність, візуалізувати складні явища, моделювати культурні процеси та залучати студентів до створення власного медійного контенту. Сучасна освіта не лише передає знання, а й готує здобувача освіти до життя у медіатизованому світі, де суб'єктивність, мультиперспективність і інтерактивність стають нормою.

**Аналіз актуальних досліджень.** Найбільшої актуальності поняття «медіатизація» набуває у другій половині ХХ століття. Саме в цей період відбувається перехід суспільства до інформаційного типу розвитку, де медіа стають ключовим чинником організації соціального життя та комунікації.

Цікавим є те, що важливими для розуміння цього процесу є не лише ті наукові праці, де прямо використовується термін «медіатизація», а й ті, де описується загальний, всеохопний вплив медіа на

суспільство. Зокрема, у статті Т. Іванюхи підкреслюється глибокий і фундаментальний вплив медіа на всі соціальні інститути та характер взаємодії між ними (Іванюха Т. В., 2025); подібні ідеї висловлює дослідник А. Левченко, який наголошує, що медіа здатні трансформувати соціальні інститути, змінюючи їхню природу, функціонування та способи взаємодії в суспільстві (Левченко А. В., 2023); Т. Купрій обґрунтовував значний вплив засобів масової комунікації на суспільний устрій на формування та розвиток цивілізацій (Купрій Т. І., 2023); дослідник А. Бергстром звертав увагу на системні характеристики медіасередовища та розглядав медіа як складну систему, яка може спричинити так звані емерджентні ефекти – тобто несподівані, нові якісні зміни в розвитку суспільства, що виникають унаслідок взаємодії різних елементів цієї системи, розглядав медіатизацію як соціально диференційований процес (Bergström A., 2017).

У статті О. Загірного «Медіатизація політики як чинник демократичного транзиту» розглядається медіатизація політики як ключовий чинник демократичного переходу пострадянських держав. Її актуальність пояснюється посиленням впливу медіа на процес демократизації в Україні (Загірний О. В., 2021, с. 32–36).

Публікація Т. Іванюхи «Кінодискурс у сучасному медіаландшафті: актуальні кейси медіатизації

кіногероїв» визначає потребу комплексного аналізу сучасних стратегій медіатизації кіногероїв у національному та глобальному медійному контексті з урахуванням культурних, соціальних і політичних змін та основних напрямів репрезентації кінодискурсу в сучасному медіапросторі на прикладі як світових, так і українських практик медіатизації образів кіногероїв (Іванюха Т., 2025, 141–153).

Проблеми наукового осмислення феномена медіакультури та масової культури аналізується як універсальне культурне явище у наукових дослідженнях І. Байди. Послідовно обґрунтовується ідея медіатизації масової культури в умовах сучасного інформаційного простору. Проаналізовано теоретичні підходи до вивчення масової культури, розмежовано поняття «високого» і «низького» в культурі, а також визначено сучасні тенденції їхнього взаємопроникнення (Байда І., 2024, с. 150–156).

У роботі В. Шейка, Є. Трубаєвої проаналізовано культурологічні аспекти медіації в умовах глобалізації та встановлено, що в історіографії пострадянського простору ця проблематика представлена доволі обмежено, тоді як більш ґрунтовно вона розроблена у сфері судочинства та правознавства. Водночас у західній науковій традиції, зокрема в дослідженнях учених США та інших країн, питання культурологічної ролі медіації в умовах глобалізації почали вивчатися раніше й значно активніше (Шейко В. & Трубаєва Є., 2022, с. 36–46).

**Мета статті** – комплексне теоретичне осмислення феномену медіатизації культури в контексті сучасного наукового дискурсу, а також виявлення основних закономірностей, механізмів і наслідків впливу медіа на трансформацію культурних процесів, практик і ідентичностей в умовах цифровізації та глобалізації суспільства.

**Методологічна основа дослідження** становить комплекс загальнонаукових і спеціальних підходів, що забезпечують всебічний аналіз феномену медіатизації культури в контексті сучасного наукового дискурсу. Зокрема, використано міждисциплінарний підхід, який поєднує інструментарій культурології, соціології, медіадосліджень і комунікативістики, що дозволяє розглядати медіатизацію як багатовимірний соціокультурний процес.

У роботі застосовано системний підхід для виявлення структурних елементів медіатизації культури та їх взаємозв'язків, а також соціокультурний підхід, що дає змогу проаналізувати вплив медіа на формування культурних практик, норм і цінностей. Використання дискурсивного аналізу сприяє дослідженню особливостей репрезентації культурних смислів у медіапросторі та їх інтерпретації в науковому дискурсі.

Порівняльний метод дозволяє зіставити різні теоретичні концепції медіатизації та виявити їх спільні й відмінні риси. Також застосовано історико-логічний метод для простеження еволюції

уявлень про роль медіа в культурі. Елементи контент-аналізу можуть бути використані для дослідження медіатекстів і виявлення домінантних культурних наративів.

**Результати та їх обговорення.** Медіатизація культури змінює мистецтво, яке є її невід'ємним складником. Сучасні мистецькі практики набувають нового онтологічного статусу, коли будь-яке явище або об'єкт у певному рецептивному досвіді може функціонувати як мистецький твір. У сучасній науковій думці поняття «медіатизація» широко використовується багатьма дослідниками і навіть сприймається як певна аксіома. У всіх цих сферах медіа відіграють дедалі більшу роль, оскільки саме через них здійснюється значна частина комунікації.

Дослідники виокремлюють три основні типи медіа, що відображають нові способи взаємодії та організації комунікації в суспільстві.

Перший тип – це блоги та подкасти, які відкривають нові можливості для аудиторії, перетворюючи її з пасивного споживача інформації на активного учасника комунікаційного процесу. Другий тип – інтерактивні засоби масової інформації, які забезпечують нові форми взаємодії, зокрема типу «людина – комп'ютер». Третій тип – соціальні медіа, які мають особливу функцію: вони не просто передають інформацію, а організовують людську діяльність і соціальні взаємодії. Таким чином, соціальні медіа виступають платформами, що структурують соціальну активність людей (Krotz F., 2017).

Розуміння поняття «медіатизація» значною мірою залежить від конкретної галузі, у межах якої воно застосовується. Іншими словами, інтерпретація цього концепту визначається емпіричними особливостями тієї сфери суспільного життя, яку досліджують. Це означає, що медіатизація не має універсального пояснення, а набуває специфічного змісту залежно від контексту.

Зокрема, у політичній сфері найчастіше використовується інституціональний підхід. Він передбачає, що дослідники зосереджуються на тому, як політичні інституції змінюються під впливом медіа. У центрі уваги – процес їхньої адаптації до медіалогіки, тобто до правил, форматів і вимог, за якими функціонують засоби масової інформації (Загірний О. В., 2021).

Дослідник О. Загірний трактує медіатизацію як процес, у межах якого політична система значною мірою залежить від засобів масової інформації та змушена пристосовуватися до їхніх вимог, особливо у питаннях висвітлення політичного життя. Як наслідок, медіа починають відігравати роль своєрідного посередника і навіть регулятора політичних процесів (Загірний О. В., 2021).

Автор використовує концепцію медіатизації для пояснення впливу медіа на політику. Він підкреслює, що медіатизація пов'язана не лише

з позитивними змінами, а й із певними проблемними аспектами та наслідками розвитку сучасних засобів масової комунікації. Такий процес має як конструктивні, так і потенційно негативні ефекти для політичної системи (Загірний О. В., 2021).

У ширшому контексті дослідники Н. Коулдрі та А. Хепп розглядають медіатизацію як комплексний і специфічний підхід у межах медіадосліджень. Вони протиставляють його більш вузьким дослідженням, які зосереджуються лише на окремих випадках опосередкованої комунікації. На їхню думку, медіатизація дозволяє охопити значно ширший спектр явищ, пов'язаних із впливом медіа на суспільство, і тому є більш узагальнювальним та аналітично продуктивним підходом (Couldry N., & Hepp A., 2016).

Медіатизація виступає складним, багатовимірним феноменом, тісно пов'язаним із багатьма іншими трансформаціями сучасності. Як зазначають М. Екстрем, Й. Форнес, А. Янссон та А. Ерслев, важко визначити, що в медіатизації є першопричиною, що – наслідком, а що – побічним ефектом. Це підкреслює її динамічний і нелінійний характер. Вони зосереджують свою увагу на аналізі медіатизації у сфері культури та повсякденного життя людини. Вони пропонують кілька основних напрямів дослідження цього явища, які дозволяють глибше зрозуміти його природу та прояви (Ekström M., Fornäs Jo.... & Jerslev A., 2016).

Перший напрям – історичний. Він передбачає розгляд медіатизації як концепції, що пояснює довготривалі соціальні трансформації. У цьому контексті медіатизація виступає як інструмент аналізу змін, які відбуваються в суспільстві протягом значного історичного часу під впливом медіа.

Другий напрям – компаративний. Він полягає у порівнянні проявів медіатизації в різних соціокультурних і комунікаційних контекстах. Такий підхід дає змогу виявити відмінності й спільні риси цього процесу в різних суспільствах, сприяє уточненню наукових уявлень про медіатизацію та допомагає розвивати більш диференційовані дослідницькі стратегії.

Третій напрям – кількісно-емпіричний. Він орієнтований на проведення конкретних вимірювань рівня та інтенсивності медіатизації. Це можуть бути різноманітні дослідження, які аналізують, наскільки глибоко медіа проникають у різні аспекти життя людей у певних часових і просторових умовах. Такий підхід дозволяє зробити дослідження більш об'єктивними та підкріпити теоретичні висновки емпіричними даними (Ekström M., Fornäs Jo.... & Jerslev A., 2016)..

Дослідники А. Янссон, К. Фаст, С. Бенгтссон та Й. Лінделл пропонують розбивати цей складний метапроцес на емпірично зрозумілі одиниці та артикулювати їх у конкретних вимірах повсякденного життя, що дозволяє більш чітко аналізувати вплив

медіатизації на практики, соціальні відносини та мистецькі процеси, роблячи феномен досліджуваним і вимірюваним. Науковці звертають увагу на зміну традиційного уявлення про роль медіа: якщо раніше вважалося, що медіа підлаштовуються під потреби людей, то тепер, навпаки, людські практики дедалі більше адаптуються до логіки медіа (Jansson A., Fast K., ... & Tesfahuney M., 2018).

1. У своїй праці Дж. Томпсон пропонує переосмислення трансформацій публічної сфери з урахуванням новітніх змін у медійному середовищі. Він виокремлює три основні форми людської взаємодії. Перша – це безпосередня міжособистісна взаємодія, яка відбувається у формі діалогу між учасниками комунікації. Вона передбачає прямий контакт і двосторонній обмін інформацією, що дозволяє швидко реагувати на висловлювання співрозмовника (Reviglio M.-C., & Anselmino N.-R., 2018).

Друга форма – опосередкована взаємодія. Вона здійснюється за допомогою технічних засобів, які допомагають долати просторові та часові обмеження. Така взаємодія не завжди передбачає наявність зворотного зв'язку, що відрізняє її від безпосереднього спілкування.

Третя форма – опосередкована квазівзаємодія. Вона значно розширює можливості поширення інформації, оскільки дозволяє транслювати повідомлення широкій і невизначеній аудиторії. Проте така комунікація має переважно монологічний характер: інформація передається від одного джерела до багатьох реципієнтів без прямого діалогу.

Дж. Томпсон визначає різні типи комунікацій у сфері культури та мистецтва:

– *Безпосередня міжособистісна взаємодія* відображає культурні контакти, що відбуваються без залучення технічних засобів чи медіа; це традиційна форма спілкування, де обмін культурними смислами та досвідом здійснюється «наживо», у реальному просторі та часі.

– *Опосередкована взаємодія* забезпечує вихід за межі локального культурного контексту. Завдяки технічним засобам та медіа культурні продукти можуть досягати ширшої аудиторії, розширюючи коло їхніх споживачів.

– *Квазівзаємодія* передбачає активне тиражування культурних артефактів, наприклад через телебачення чи масові публікації. Проте поширення медіа не гарантує, що аудиторія правильно їх інтерпретує або відчує їхній культурний сенс – комунікація залишається переважно монологічною.

– *Опосередкована інтерактивна взаємодія* відкриває нові можливості для митців. Вона надає не лише канали комунікації та технічні засоби, а й забезпечує зворотний зв'язок із різними аудиторними сегментами. Таким чином, художник отримує можливість адаптувати мистецький продукт

до сприйняття конкретної аудиторії і вести діалог із нею (Reviglio M.-C., & Anselmino N.-R., 2018).

Отже, медіатизація культури – це не лише трансляція змісту, а перетворення способів комунікації, рецепції та взаємодії, що формує нову соціальну і культурну дійсність.

Дослідники А. Помаза-Пономаренко та С. Мороз зазначають, що наслідки медіатизації сучасного життя не можна оцінювати однозначно; її вплив має розглядатися окремо для кожного соціального інституту. Вони визначають ключові риси медіатизації:

1. Розширення можливостей людини в часі та просторі – завдяки медіа межі фізичної присутності перестають бути обмежуючим фактором.

2. Поява віртуальної реальності, яка створює нові способи взаємодії та сприйняття світу.

3. Зміни у повсякденності – медіа проникають у всі аспекти щоденного життя, змінюючи його ритм та структуру.

4. Впровадження медіа в традиційні соціальні інститути, де вони прагнуть перебрати на себе частину функцій цих інститутів, радикально змінюючи характер їхньої роботи.

5. Виникнення медіаадикції – залежності від медіапрактик, що стає новою соціальною проблемою (Помаза-Пономаренко А. Л., & Мороз С. А., 2023).

Таким чином, медіатизація визначає не лише спосіб комунікації, а й структуру соціального життя, взаємодію людей і культурне середовище, створюючи нову парадигму існування в інформаційному суспільстві.

Медіатизація є феноменом комунікаційної системи суспільства, який проникає у всі сфери життя, забезпечуючи посередництво між аудиторією та мистецькими дискурсами. Вона впливає на спосіб сприйняття та інтерпретації мистецьких творів і подій через медіа. Дослідниця Т. Купрій підкреслює, що процес медіатизації настільки динамічний, що стирає традиційну бінарність між масмедіа та реципієнтом, створюючи безпосередній зв'язок між творцем, медіа та аудиторією. Під час медіаспоживання люди виконують широкий спектр дій, тому процес рецепції виходить за межі класичного розуміння комунікації. Технічні інновації проникають у соціальне середовище, трансформують мислення людей і замінюють безпосередню реальність на медіатизовану (Купрій Т. І., 2023, с. 48–54).

У зв'язку з переходом людства у віртуальний світ, змінився і вектор розвитку соціальної комунікації. Медіатизація дозволила скоротити географічні дистанції між комунікантами, об'єднуючи їх у спільному інформаційному полі. У результаті більшість аудиторії сприймає артподії переважно у віртуальному форматі, що підкреслює ключову роль медіа у висвітленні таких заходів. Через медіа формується характер сприйняття мистецьких

подій: акценти, рецептивна оптика, коментарі та контекст подачі суттєво впливають на те, як аудиторія сприймає й інтерпретує мистецтво (Купрій Т. І., 2023, с. 48–54).

Медіатизація значною мірою вплинула на становлення домінуючого статусу масової культури. Водночас висока культура («чисте мистецтво») зазнала певної маргіналізації, оскільки знецінився механізм її легітимізації у сучасному інформаційному просторі. Медіа визначають, що стає видимим та важливим у культурному полі, що зрушує баланс між масовими та елітарними формами культури. Також ускладнює дослідження плин медіатизації мистецтва, оскільки останнім часом у мистецьких практиках співіснують численні взаємопов'язані процеси, які змінюють характер взаємодії між учасниками мистецької комунікації.

**Висновки та перспективи подальших наукових розвідок.** Таким чином, медіатизація є динамічною системною трансформацією культури, яка змінює статус культурних форм, способи комунікації та взаємодію між митцями та аудиторією.

Для дослідження медіатизації мистецтва важливим є фокус на кількох ключових явищах. Серед них – партисипація (участь аудиторії у створенні або переживанні мистецького продукту), підкорення творів мистецтва медіалогії (коли медіа визначають, як твори сучасного та класичного мистецтва представлені й сприймаються), а також ефект присутності, який виникає завдяки новим медіа. Ці явища демонструють, що медіатизація не лише транслює контент, а й активно змінює способи взаємодії між митцем, твором і аудиторією.

Медіатизація сьогодні є трендовим концептом у комунікативістиці, проте вона концептуально суперечлива і не має наукового консенсусу щодо свого методологічного статусу. У цій галузі існують також теорії-антагоністи медіатизації, які пропонують власні підходи до пояснення сучасних комунікаційних процесів.

Отже, медіатизація мистецтва постає як складний, багатовимірний процес, що трансформує не лише самі твори мистецтва, а й способи їхнього сприйняття, комунікацію з аудиторією та соціокультурне значення мистецької практики, роблячи її більш інтерактивною, динамічною та адаптованою до сучасного цифрового середовища.

Перспективи подальшого дослідження медіатизації культури в контексті сучасного наукового дискурсу пов'язані з поглибленням теоретичного осмислення та розширенням емпіричних підходів до аналізу цього багатовимірного явища.

Доцільним є дослідження впливу новітніх цифрових технологій, зокрема штучного інтелекту, алгоритмічних систем та великих даних, на процеси культурного виробництва і споживання.

Важливим напрямом виступає вивчення ролі платформених медіа у формуванні культурних наративів, а також механізмів алгоритмічної селекції контенту, що впливають на культурні уподобання та соціальні практики аудиторій.

Окремої уваги потребує аналіз трансформації культурної ідентичності в умовах цифрового середовища, зокрема дослідження процесів віртуалізації, гібридизації та мультикультурної взаємодії; вивчення локальних культур у глобалізованому медіапросторі, що дозволить глибше зрозуміти співвідношення глобального і національного в сучасній культурі.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на виявлення ризиків і викликів медіатизації, серед яких інформаційні маніпуляції, феномен «інформаційних бульбашок», цифрова нерівність та трансформація культурних цінностей. Важливим є також аналіз етичних аспектів функціонування медіа, включаючи питання відповідальності, достовірності інформації та впливу медіа на суспільну свідомість.

Не менш актуальним є розвиток міждисциплінарних підходів, що поєднують культурологічні, соціологічні, філософські та медіадослідницькі перспективи, що сприятиме формуванню цілісного бачення медіатизації як складного соціокультурного процесу.

Таким чином, подальші наукові розвідки у цій сфері мають потенціал не лише розширити теоретичні межі дослідження, але й запропонувати практичні підходи до осмислення та регулювання впливу медіа на сучасну культуру.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Байда, І. (2024). Медіакультура як феномен інформаційного суспільства. *Fine Art and Culture Studies*, 1, 150–156. DOI: <https://doi.org/10.32782/facs-2024-1-19>.
2. Загірний, О. В. (2021). Медіатизація політики як чинник демократичного транзиту. *Політикус*, 2, 32–36. DOI: [https://doi.org/10.24195/2414\\_9616.2021-2.5](https://doi.org/10.24195/2414_9616.2021-2.5).
3. Іванюха, Т. В. (2025). Дискурси медіа та культури: основні аспекти взаємодії у діахронічному вимірі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 36(75), 1 Частина 2, 146–150. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.1.2/24>.
4. Іванюха, Т. (2025). Кінодискурс у сучасному медіаландшафті: актуальні кейси медіатизації кіно героїв. *Образ*, 3 (49), 141–153. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3\(49\)-149-161](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3(49)-149-161).
5. Купрій, Т. І. (2023). Концептуалізація медіатизації культури: зарубіжний досвід конституювання. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 48–54. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2023.286874>
6. Левченко, А. В. (2023). Концептосфера медіатизації культури. *Культура і сучасність*, 2, 27–32. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2023.293740>.

7. Помаза-Пономаренко, А. Л., & Мороз, С. А. (2023). Роль рекламної діяльності та цифровізації у медіатизації антикорупційної політики. Публічне адміністрування та національна безпека, 3. DOI: <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2024-3>.

8. Шейко, В. Є. & Трубаєва, Є. (2022). Культурологічне підґрунтя медіації в умовах глобалізації: історіо графічний аспект. *Культура України*, 75, 36–46. DOI: [https://doi.org/10.31516/2410-5325.075.05\\*](https://doi.org/10.31516/2410-5325.075.05*)

9. Bergström, A. (2017). Digital Equality and the Uptake of Digital applications among seniors of different age. *Nordicom Review*, 38(1), 79–91. DOI: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0398>

10. Couldry, N. & Hepp, A. (2016). *The Mediated construction of Reality*. Cambridge : Polity Press. 256. ISBN: 9780745681313

11. Ekström, M., Fornäs, Jo., Jansson, A., & Jerslev, A. (2016). Three tasks for media-tization research: contributions to an open agenda. *Media, Culture & Society*, 38 (7).1–19. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443716664857>

12. Jansson, A., Fast, K., Lindell, J., Bengtsson, L., & Tesfahuney, M. (2018). *Geomedia Studies: Spaces and Mobilities in Mediatized Worlds*. New York. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315410210>

13. Krotz, F. (2017). Explaining the Mediatisation Approach. *Javnost – The Public* 24 (2):1-16 DOI: <https://doi.org/10.1080/13183222.2017.1298556>

14. Reviglio, M.-C. & Anselmino, N.-R. (2018). Social Media and the Public Sphere. An Interview with John B. Thompson. *Inmediaciones de la Comunicacion*, 13. (1). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2837>

#### REFERENCES

1. Baida, I. (2024). Mediakultura yak fenomen informatsiinoho suspilstva [Media culture as a phenomenon of the information society]. *Fine Art and Culture Studies*, 1, 150–156. DOI: <https://doi.org/10.32782/facs-2024-1-19>.
2. Zahirnyi, O. V. (2021). Mediatyzatsiia polityky yak chynnyk demokratychnoho tranzytu [Mediatization of politics as a factor of democratic transit]. *Politykus*, 2, 32–36. DOI: [https://doi.org/10.24195/2414\\_9616.2021-2.5](https://doi.org/10.24195/2414_9616.2021-2.5).
3. Ivaniukha, T. V. (2025). Dyskursy media ta kultury: osnovni aspekty vzaiemodii u diakhronichnomu vymiri [Media and culture discourses: main aspects of interaction in a diachronic dimension]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 36(75), 1, part 2, 146–150. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.1.2/24>.
4. Ivaniukha, T. (2025). Kinodyskurs u suchasnomu medialandshafti: aktualni keisy mediatyzatsii kinoheroiv [Film discourse in the modern media landscape: current cases of mediatization of film characters]. *Obraz*, 3(49), 141–153. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3\(49\)-149-161](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3(49)-149-161).
5. Kuprii, T. I. (2023). Kontseptualizatsiia mediatyzatsii kultury: zarubizhnyi dosvid konstytuivannia [Conceptualization of cultural mediatization: foreign experience of constitution]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, 2, 48–54. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2023.286874>
6. Levchenko, A. V. (2023). Kontseptosfera mediatyzatsii kultury [Concept sphere of cultural mediati-

zation]. *Kultura i suchasnist*, 2, 27–32. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2023.293740>.

7. Pomaza-Ponomarenko, A. L., & Moroz, S. A. (2023). Rol reklamnoi diialnosti ta tsyvrovizatsii u mediatyzatsii antykoruptsiinoi polityky [The role of advertising activity and digitalization in the mediatization of anti-corruption policy]. *Publichne administruvannia ta natsionalna bezpeka*, 3. DOI: <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2024-3>.

8. Sheiko, V., & Trubaieva, Ye. (2022). Kulturolohichne pidgruntia mediatsii v umovakh hlobalizatsii: istoriohrafichniy aspekt [Cultural basis of mediation in globalization conditions: historiographical aspect]. *Kultura Ukrainy*, 75, 36–46. DOI: [https://doi.org/10.31516/2410-5325.075.05\\*](https://doi.org/10.31516/2410-5325.075.05*).

9. Bergström, A. (2017). Digital Equality and the Uptake of Digital applications among seniors of different age. *Nordicom Review*. 38(1). 79–91. DOI: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0398>

10. Couldry, N. & Hepp, A. (2016). *The Mediated construction of Reality*. Cambridge : Polity Press. 256. ISBN: 9780745681313

11. Ekström, M., Fornäs, Jo., Jansson, A., & Jerslev, A. (2016). Three tasks for mediatization research: contributions to an open agenda. *Media, Culture & Society*. 38 (7).1–19. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443716664857>

12. Jansson, A., Fast, K., Lindell, J., Bengtsson, L., & Tesfahuney, M. (2018). *Geomedia Studies: Spaces and Mobilities in Mediatized Worlds*. New York. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315410210>

13. Krotz, F. (2017). Explaining the Mediatization Approach. *Javnost – The Public* 24 (2):1-16 DOI: <https://doi.org/10.1080/13183222.2017.1298556>

14. Reviglio, M.-C. & Anselmino, N.-R. (2018). Social Media and the Public Sphere. An Interview with John B. Thompson. *Inmediaciones de la Comunicacion*. 13. (1). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2837>

## The mediatization of culture within contemporary scientific discourse

Anna Mykolaivna Bokhan  
Senior Lecturer at the Department of Culture and Social and Humanities  
Transcarpathian Academy of Art  
ORCID: 0000-0002-5263-2515



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

*The article presents a comprehensive analysis of the phenomenon of the mediatization of culture as one of the defining processes in the development of contemporary society under conditions of digital transformation and globalization. The purpose of the study is to theoretically examine the mediatization of culture within the context of contemporary scientific discourse, as well as to identify its key characteristics, mechanisms, and consequences.*

*The study analyzes major scientific approaches to interpreting the concept of «mediatization», particularly as a process in which media become an autonomous social institution influencing the functioning of other spheres of society. The article explores the concept of media as an environment that shapes new types of cultural practices and transforms traditional forms of communication. Special attention is paid to the role of digital technologies, social networks, and interactive platforms in changing the modes of cultural participation and representation. The influence of mediatization on the formation of cultural identity is highlighted, particularly through processes of symbolic construction of reality, virtualization of experience, and hybridization of cultural forms. The interaction of global and local cultural processes under the influence of media, as well as the transformation of cultural norms, values, and behavioral models, is analyzed. Risks and challenges associated with mediatization are also outlined, including information overload, manipulative practices, and shifts in priorities in cultural production.*

*The article substantiates the necessity of an interdisciplinary approach to studying the mediatization of culture, combining tools from cultural studies, sociology, media studies, and communication science. It is concluded that the mediatization of culture is a complex, multi-level process that not only reflects but actively shapes contemporary scientific and sociocultural discourse, determining new directions for the development of culture in the digital age.*

**Keywords:** media, mediatization, culture, sociocultural space, art, digital technologies, cultural practices, cultural identity, scientific discourse, social communications, information society, globalization, media space.