

ЦИФРОВІ ЛІДЕРИ: ЯК НОВІ МЕДІА ЗМІНЮЮТЬ ПРАВИЛА КОМУНІКАЦІЙ

В умовах швидкої цифрової трансформації нові медіа стали не лише засобами для передачі інформації, але й основним інструментом, що формує нові підходи до лідерства в комунікаціях. Лідери повинні вміти не тільки адаптуватися до змін у технологіях, а й активно використовувати нові інструменти для побудови ефективних комунікаційних стратегій. Соціальні мережі, цифрові платформи та інші медіа відкривають нові можливості для взаємодії з аудиторією, але водночас спричиняють нові виклики.

Цифровізація в Україні – стратегічний напрям, який охоплює всю державу: від міністерств до громад. За кожною реформою чи платформою стоять конкретні люди – цифрові лідери. І саме завдяки їхній роботі Україна продовжує цифровий прорив, а бізнес адаптується до нових умов [5].

У більш широкому сенсі, цифровим лідером можна вважати особу, яка ефективно використовує цифрові технології та інноваційні інструменти для досягнення своїх цілей, керування командою та побудови взаємодії з аудиторією. Цей лідер володіє навичками, необхідними для адаптації до швидких змін в цифровому середовищі, інтеграції нових медіа у стратегії організації та управлінні цифровими трансформаціями. Він здатен поєднати традиційні управлінські навички з інноваційним підходом що дозволяє йому бути успішним у сучасному цифровому світі. Тобто цифровий лідер це:

- представник держави (державних утворень);
- представник бізнесу;
- особистість (використовуються у сегменті B2C при просуванні як лідери думок, а також блогери, інфлюенсери).

На підприємстві до професійних навичок цифрового лідера відносять: автоматизацію/реінжиніринг процесів управління ,розуміння кіберпростору та інструментів захисту інформації, здатність управляти ризиками, уміння працювати з масивами й базами даних, розуміння цифрових технологій, розуміння ІТ-інфраструктури (мережі, телекомунікація), знання нормативної бази в галузі цифрової трансформації [3]

Нове покоління лідерів більше не може обмежуватися традиційними методами комунікації, такими як публічні виступи чи пресрелізи. Технології змінили ландшафт комунікацій, дозволивши лідерам досягати своєї аудиторії в будь-якому місці й у будь-який час. Сучасні лідери повинні орієнтуватися на швидкий обмін інформацією, постійну присутність у цифрових медіа та

вміння правильно інтерпретувати інформаційні сигнали, які надходять з соціальних мереж, блогів, форумів тощо.

Інтернет сформував новий тип споживача інформації – активного, нетерплячого і вимогливого. Люди хочуть отримувати відповіді швидко, але не втрачати глибини. Цей парадокс змушує цифрових лідерів шукати баланс між швидкістю і якістю. Медіа та персони, які зуміли це зробити, формують новий стандарт інтелектуальної комунікації [1]

У медіа, особливо в соцмережах, з'явилися популярні блогери та лідери думки. Представляючи свою позицію, вони здійснювали вплив на настрої аудиторії та ставали провідниками реальних дій активістів [6, с. 89].

Соціальні мережі стали не лише майданчиком для бізнес-процесів та особистих взаємодій, а й потужним інструментом для формування іміджу цифрового лідера. Платформи, як-от Twitter, Instagram, LinkedIn та TikTok, дозволяють лідерам зберігати безпосередній контакт з аудиторією, впливати на громадську думку, а також швидко реагувати на зміни в інформаційному просторі. Проте, це також накладає певні ризики, адже непередбачені висловлювання або необдумані дії в соцмережах можуть мати негативні наслідки для іміджу та репутації лідера.

Використання новітніх технологій, таких як великі дані та штучний інтелект, дозволяє лідерам розуміти потреби своєї аудиторії на глибокому рівні. Завдяки цим технологіям, вони можуть персоналізувати своє повідомлення, адаптуючи контент до конкретних груп і навіть окремих осіб.. Персоналізація повідомлень у секторах B2B та B2C реалізується шляхом налаштування розсилок та медіа плануванні. Всередині підприємства – це використання доступних сервісів що спрощують комунікацію – відео конференції, спільний доступ до інформації, використання віртуальних календарів, наприклад Trello (використовує календар для управління завданнями) або **Asana** (платформа для командних проєктів, яка має календар для стеження за дедлайнами та прогресом у виконанні завдань). Використання новітніх технологій дає змогу цифровим лідерам бути більш ефективними у своїх комунікаціях, зберігаючи при цьому автентичність і відповідність цінностям своєї організації або громади

Цифрові платформи дозволяють створювати двосторонню комунікацію, що є важливою складовою сучасного лідерства. Лідери, які активно взаємодіють зі своєю аудиторією, відповідають на питання, реагують на критику і будують відкритий діалог, мають більший вплив і довіру серед своїх прихильників. Цей процес вимагає високого рівня емоційного інтелекту та здатності до адаптації у світі постійних змін.

Попри всі переваги, цифрове лідерство не позбавлене ризиків. Зростаюча роль дезінформації, кібератак, а також надмірної інформаційної перевантаженості ставить нові виклики перед лідерами, змушуючи їх не

тільки бути експертами у своїй галузі, але й володіти навичками управління кризами, управління інформаційними потоками та захисту інформації.

Якщо розглядати цифрове лідерство у глобальному масштабі, через високий рівень проникнення Інтернет та зростаючий рівень цифрової грамотності серед населення, то лідери мають можливість комунікувати із аудиторією у будь-якій точці світу: продавати, просувати, спілкуватись. Цифрові медіа стирають межі між країнами та культурами, створюючи нові можливості для глобального лідерства. Однак це також вимагає від лідерів здатності розуміти та враховувати культурні відмінності, забезпечувати інклюзивність у своїх комунікаціях та підтримувати цінності, що відповідають глобальним стандартам [1-2; 4]

Цифрові лідери, як представники держави, підтримув так і окремі особистості, які успішно інтегрують цифрові технології та нові в свої комунікаційні стратегії, можуть значно збільшити свій вплив і ефективність у досягненні цілей. Однак для цього необхідно постійно адаптуватися до нових технологій, бути готовими до швидкої реакції на зміни в інформаційному середовищі та володіти навичками управління цифровими платформами. Лідерство в цифрову епоху – це не тільки про використання нових медіа, але й про відповідальність, яку вони накладають на тих, хто ними управляє.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Майбутнє медіа: як цифрові технології змінюють журналістику і мислення аудиторії. URL: <https://faine-misto.km.ua/majbutnye-media-yak-cyvrovi-tehnologiyi-zminyuyut-zhurnalistyku-i-myslennya-audytoriyi/> (дата звернення 16.10.2025)
2. Медіа та технології: як цифрові інструменти змінюють світ комунікації. URL: <https://mediaforum.org.ua/media-ta-tehnologiyi-yak-tsyfrovi-instrumenty-zminyuyut-svit-komunikatsiyi/> (дата звернення 15.10.2025)
3. Навчальні матеріали для цифрового лідера. URL: <https://hromada.gov.ua/database/education> (дата звернення 16.10.2025)
4. Oklander M., Panchenko M., Pavlishyna N, Larina K., Boiko R. Current Trends in Social Media Marketing and the Future of the Chat GPT Industry. *Pacific Business Review (International)*. 2024. Volume 17 issue 1. pp. 93-103. July. URL : <http://www.pbr.co.in/2024/July8.aspx#> (дата звернення 15.10.2025)
5. Скільки цифрових лідерів в Україні. URL: <https://www.cdto-campus.com/en/news/skilki-cifrovikh-lideriv-v-ukrayini-cifrovi-lideri-covv-ova-i-gromad> (дата звернення 12.10.2025)
6. Судакова В.М., Наумова М.Ю. Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір: монографія. Київ: Інститут культурології НАМ України, 2017. 352 с. URL: https://icr.org.ua/wp-content/uploads/2019/10/New-Media-in-Contemporary-Society_Cultural-Dimension.2017.pdf (дата звернення 16.10.2025)