

БАШМАНІВСЬКА Любов,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри української та зарубіжної літератури і методик їх навчання,
Житомирський державний університет
імені Івана Франка
(м. Житомир, Україна)

ТРАНСФОРМАЦІЯ СУЧАСНИХ МЕДІАТЕКСТІВ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

У сучасному світі цифрові технології суттєво впливають на всі сфери життя, зокрема й на медіа. В епоху цифровізації традиційні медіатексти зазнають значних змін, що відображаються на способах створення, поширення й сприйняття інформації. Інтерактивність, мультимедійність, персоналізація контенту та інші нові формати стають важливими характеристиками сучасних медіатекстів. Ці трансформації створюють нові можливості для

комунікації, породжуючи водночас виклики, пов'язані з маніпуляціями, достовірністю інформації й зміною поведінки аудиторії.

Особливості трансформації медіа в сучасних умовах цифровізації досліджували М. Андрющенко, І. Байда, О. Бутурліна, О. Гресько, О. Гудзь, С. Довгаль, Т. Крайнікова, М. Лисинюк, С. Петькун, Д. Сизонов, Т. Трачук, Т. Тухтарова, Є. Цимбаленко та інші. Зокрема, Т. Трачук та М. Андрющенко розглядають актуальні тенденції та особливості функціонування онлайн-медіа в контексті цифрової трансформації медіасфери. Автори вважають, що стрімкий технологічний прогрес, а також зміна звичок медіаспоживання істотно трансформують сучасний медіаландшафт. Виступаючи ключовими гравцями цифрового інформаційного простору, медіа адаптуються до нових умов і формують інноваційні підходи до створення та поширення контенту [4, с. 212].

На трансформації медіа, що відбувається через динамічний розвиток мережевої комунікації, комп'ютерних технологій, конвергентної журналістики тощо, наголошує О. Гресько, підкреслюючи, що експериментально-новаторські підходи виробництва й поширення контенту зумовлюють традиційні медіа розвивати нові мультимедійні платформи для реалізації інформаційно-комунікаційних стратегій [1, с. 31].

Мета розвідки – дослідити особливості трансформації сучасних медіатекстів в епоху цифровізації, проаналізувати ключові аспекти змін у медіаконтенті та їхній вплив на сприйняття інформації аудиторією.

Трансформація медіатекстів сучасності в умовах цифровізації є багатогранним процесом. Завдяки широкому розповсюдженню цифрових платформ традиційні друковані та телевізійні матеріали поступово поступаються мультимедійним інтерактивним формам, що поєднують аудіо, відео, гіперпосилання тощо. Це призводить не тільки до розширення можливостей подання інформації, а й до її доступності й інтерактивності. Основними платформами для створення й розповсюдження контенту, що змінили роль традиційних медіа в сучасному соціумі, стали соціальні мережі, блоги та онлайн-медіа. Є. Цимбаленко виокремлює основні елементи практичної реалізації глобального контенту, серед яких вірусна комунікація як форма продукування й поширення контенту; глобальні інтернет-сервіси (YouTube, Flickr, Instagram); міграція форматів, коли успішні телевізійні продукти адаптуються каналами для аудиторії; експансія міжнародних телевізійних гігантів на національний медіаринок тощо [5, с. 71].

Через цифровізацію з'являються та оновлюються нові жанри й стилі медіатекстів. Зокрема, подкасти, інтерактивні репортажі, короткі відео, візуальні сторітелінги тощо набули великої популярності серед аудиторії. Також змінилося споживання інформації. Користувачі віддають перевагу динамічним і швидким форматам, що в будь-який момент можуть бути переглянуті на гаджетах. У зв'язку з цим виробники контенту створюють більш лаконічні й візуально привабливіші матеріали.

У контексті означеної проблеми виокремимо дослідження Д. Сизонова, який розглядає стилістичну трансформацію фразеологізмів в українських мас-медіа. Автор акцентує на семантичних змінах фразеологічних одиниць, що, трансформуючись у мові медіа, набувають нових експресивно-емоційних відтінків і впливають на масову свідомість аудиторії. Дослідник підкреслює, що стилістична трансформація фразеології найбільше представлена в рекламній комунікації, політичних і бізнесових медіа [3, с. 154].

Ще один важливий аспект – це вплив штучного інтелекту на трансформацію медіатекстів. Автоматизоване створення новин, застосування нейромереж для генерації текстів, персоналізація – це реальність сучасних медіа. Ключова роль у визначенні контенту, що буде запропонований користувачам, належить алгоритмам соціальних мереж і пошуковим системам, що, своєю чергою, впливають на формування сучасного інформаційного простору.

Водночас цифровізація призвела до нових викликів. Зокрема, сьогодні актуальною є проблема фейкових новин і маніпуляцій. У багатьох онлайн-медіа поширюється недостовірна інформація, що може мати серйозні соціальні наслідки. О. Гудзь та С. Петькун наголошують, що нова медіареальність породжує нові загрози: маніпуляції, емоційні реакції, кіберризики тощо. [2]. Важливу роль у цьому контексті відіграють фактчекінгові ініціативи, медіаграмотність населення та розвиток механізмів ідентифікації достовірності джерел. Крім того, значну роль у трансформації медіатекстів відіграє розвиток віртуальної реальності, що відкриває нові можливості для глибшого занурення аудиторії в контент. Інтерактивні репортажі, 3D-симуляції подій, віртуальні новинні студії сприяють новому рівню взаємодії з інформацією.

Отже, епоха цифровізація суттєво впливає на медіатексти, трансформуючи їх, змінюючи структуру, форми подачі й способи сприйняття. Мультимедійність, інтерактивність і персоналізація стають вагомими характеристиками медійних текстів і сприяють залученню аудиторії та розширенню комунікаційних можливостей. Також зростає значення штучного інтелекту в процесах створення й поширення контенту. Однак трансформація сучасних медіатекстів у епоху цифровізації – процес із позитивними й негативними аспектами. Відтак дослідження трансформацій медійних текстів залишається актуальним, оскільки їхній розвиток продовжується й визначає майбутнє інформаційного простору.

Література

1. Гресько О. В. Трансформація медійного контенту в умовах конвергенції ЗМК. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2016. IV (14). I.: 89. С. 29–31.
2. Гудзь О., Петькун С. Формування нової медіареальності в умовах цифрових трансформацій. *Вісник ХНТУ*. 2023. № 4 (87). С. 339–345. DOI <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.4.42>
3. Сизонов Д. Ю. Стилiстична трансформація фразеологiзмiв в українських мас-медiа. *Науковий вiсник Мiжнародного гуманiтарного унiверситету. Сер.: Фiлологiя*. 2018 № 37. Т. 3. С. 154–157.
4. Трачук Т., Андрищенко М. Тенденції й особливості функціонування онлайн-медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Том 35. (74) № 4. С. 212–220. DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.4.2/34>
5. Цимбаленко Є. С. Тенденції трансформацій у медіакомунікаціях: глобальність контенту. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2016. IV (12). Issue: 76. С. 68–71.