

ГОРОДЕЦЬКА Світлана,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
спеціальність С 7 Журналістика,

Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Науковий керівник –

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики

Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка

Оксана КУШНІР

**ТРАНСФОРМАЦІЯ АУДІОКОНТЕНТУ В УМОВАХ
ЦИФРОВИХ ВИКЛИКІВ**

В умовах цифрових трансформацій зазнає змін і медіасередовище. Зокрема, аудіоконтент, який упродовж тривалого часу традиційно асоціювався переважно з радіо, сьогодні охоплює широкий спектр платформ і форматів. Аудіоінформація стала частиною повсякденного життя сучасного покоління – люди слухають аудіокниги, онлайн-етери, подкасти, аудіотрансляції в соціальних мережах. Важливо, що аудіоконтент можна споживати, одночасно будучи залученими в інші активності, – працювати, відпочивати, бути в дорозі, що робить його зручним і доступним.

У контексті окреслених тенденцій з'являються і нові виклики. Передусім змінюється аудиторний портрет в напрямку розрізненості й розпорошеності. Сучасний реципієнт споживає інформацію з різних джерел на розмаїтих платформах, часто навіть одночасно. Відтак, медіа стає все складніше зацікавити і втримати його. Крім того, аудіоконтент поступається відео й текстовому формату завдяки їх візуальному компоненту. Через це авторам (журналістам) потрібно більше думати про те, як привернути увагу слухача з перших секунд і зробити контент креативним, динамічним та затребуваним [3].

Важливим чинником сприймання інформації виступають алгоритми цифрових платформ, які часто впливають на те, який контент оберуть користувачі. Адже іноді навіть якісний матеріал може не отримати достатнього охоплення, реакції аудиторії, якщо він не відповідає вимогам алгоритму. Також на споживання впливає інформаційне перевантаження:

надмірна кількість контенту послаблює здатність людини зосередитися на чомусь одному, що, своєю чергою, змінює тривалість прослуховування.

У відповідь на ці виклики аудіоконтент також трансформується. Зокрема, великої популярності набули подкасти завдяки широким можливостям всебічно розкрити тему. Крім того, вони є зручними для сприйняття у комфортних для слухача умовах. Також затребуваними стають аудіокниги, які дозволяють поєднувати навчання і дозвілля. Агалом з'являються короткі аудіоформати, які відповідають сучасному швидкому ритму життя [5].

Все більше обертів набирає інтерактивне аудіо – різні прямі етери або аудіочати, під час яких слухачі можуть брати участь у розмові. Такий формат сприяє налагодженню тіснішого контакту з аудиторією і підвищує довіру до контенту. Відтак, трансформується і місія журналіста в інформаційно-комунікаційній системі: тепер він не лише створює матеріал, а й комунікує з реципієнтами, аналізує їх реакції та адаптує контент до їхніх інформаційних потреб [7].

Традиційне радіо також модернізується. Воно переходить в онлайнсередовище, використовує соціальні мережі, додає відеосюжети. У такий спосіб радіо стає частиною цілісного мультимедійного простору. Це, відповідно, розширює компетентнісну парадигму сучасного журналіста, який має володіти різними навичками – від запису аудіо до його просування в цифровому середовищі.

Важливу роль у трансформаційних процесах відіграють новітні технології. Наприклад, штучний інтелект допомагає створювати і редагувати аудіоконтент, а медіааналітика дає змогу сформулювати портрет цільової аудиторії. Також ефективними є голосові помічники та різні пристрої, через які люди слухають аудіо, адже вони змінюють сам формат споживання контенту [2].

Все чіткіше артикулюється питання монетизації у розрізі розширення можливостей заробітку для авторів: завдяки рекламі, підпискам чи підтримці аудиторії. Це збільшує пропозиції, але водночас вимагає від журналістів та редакцій якісного контенту, цікавого продукту, які слухачі готові підтримувати й оплачувати.

Відтак, визначальною стає якість аудіоконтенту, яка виступає одним із ключових чинників його успішності. Реципієнти дедалі більше звертають увагу не лише на тему, а й на подачу матеріалу: дикцію, звук, структуру, емоційність. Навіть найцікавіший етер може втратити аудиторію, якщо він

технічно реалізований слабо. Тому зростає значення професійного підходу до створення аудіо, навіть у межах професійних проєктів [1].

На структурно-змістове наповнення сучасних аудіоетерів впливає і зміна поведінки аудиторії. Якщо раніше люди слухали радіо переважно у визначений час, то зараз вони обирають для цього зручні для них моменти. Це формує нову модель споживання – «на вимогу». Відповідно автори повинні враховувати цей фактор і створювати контент, який легко знайти, зручно слухати та до якого можна повернутися в будь-який момент.

У цьому контексті визначальним аспектом виступає довіра аудиторії до аудіоконтенту. В умовах різновекторного масиву інформації, а також її активного і динамічного збільшення слухачі частіше звертаються до перевірених джерел та обирають якісну журналістику. Це особливо актуально для новинного аудіоконтенту, для якого обов'язковим є дотримання стандартів достовірності, балансу і точності. Таким чином, цифрові виклики не лише ускладнюють роботу медіа, а й підвищують вимоги до професійності [6].

Все чіткіше виокремлюється вплив соціальних мереж на якість і зміст аудіоконтенту. Сьогодні вони є не лише каналом поширення, а й повноцінним середовищем для створення інформаційних продуктів. Наприклад, короткі аудіофрагменти або озвучені відео швидко набирають популярності і залучають нову аудиторію. Це засвідчує поступове розмивання меж між різними форматами [3].

Окреслені тенденції дають підстави припустити, що у майбутньому аудіоконтент буде ще більше персоналізованим. Користувачі отримуватимуть той інформаційний продукт, який відповідатиме їхнім зацікавленням і вподобанням. Також зростатиме популярність вузькоспеціалізованих тем, орієнтованих на конкретних слухачів. Це проєктує нові можливості і перспективи для журналістів (авторів), але водночас вимагає глибшого розуміння цільової аудиторії та її запитів.

У контексті трансформації сучасного аудіоконтенту виокремлюється тенденція до поєднання різних медійних форматів – аудіо, відео й тексту. Такий підхід дозволяє охопити ширшу аудиторію і зробити продукт більш універсальним, мультимедійним. Наприклад, один і той самий матеріал може існувати у вигляді подкасту, відео й текстової публікації або ж поєднувати елементи кожного з них. Це відповідає сучасним вимогам медіаспоживання і підвищує ефективність комунікації [3].

Резюмуємо, що аудіоконтент помітно трансформується під впливом цифрових технологій та запитів аудиторії. Він розвивається, стає більш

доступним, різноманітним і зручним для користувачів. Це зумовлює той факт, що перед журналістами (авторами) постають нові виклики, пов'язані з конкуренцією, технологічними інструментами та змінами в поведінці аудиторії. Адже саме здатність адаптуватися до нових алгоритмів, створювати якісний контент і будувати довіру з аудиторією визначає успіх у медіагалузі.

Список використаної літератури

1. Gradus Research. Як змінилося медіаспоживання в Україні. URL: <https://gradus.app/ru/open-reports/changes-media-consumption-ukraine-2024/>
2. Гармаш І. Аудіоконтент: що це таке та як використовувати в просуванні. URL: <https://blog.ringostat.com/uk/audiokontent-shcho-tse-take-ta-yak-vykorystovuvaty-v-prosuvanni/>
3. Гуріна Т. Трансформація та конвергенція в діяльності українських редакцій міжнародних радіостанцій. URL: <https://doaj.org/article/84a8764fc0674c44bd77883894dbf405>
4. Національний університет кораблебудування імені Адмірала Макарова. Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій. URL: <https://nuos.edu.ua/wp-content/uploads/2025/06/Materiali-konerencii.pdf>
5. Носенко О. Просторове аудіо на стримінгових платформах як нова парадигма прослуховування музики. URL: https://www.apfn-journal.in.ua/archive/86_2025/part_2/30.pdf
6. Семенюта І. Аудіо – це паралельне споживання, зручність і контент, що не втрачає актуальності. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/32747/2023-08-22-audio-tse-paralelne-spozhyvannya-zruchnist-i-kontent-shcho-ne-vtrachaie-aktualnosti/>
7. Таяновський П. Перспективи радіо в епоху цифрових медіа. URL: <https://www.tavrmedia.ua/news/perspektyvy-radio-v-epokhu-tsyfrovykh-media/>