

ЧАСОВІ МОДУСИ В АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ПРОЄКТАХ У КОНТЕКСТІ ТРАНСМЕДІЙНОСТІ

З. І. Алфьорова

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, м. Харків,
Україна
al055@ukr.net

І. Б. Первишева

Національна суспільна телерадіокомпанія України; Харківська
державна академія дизайну і мистецтв, м. Харків, Україна
iryna.pervysheva@gmail.com

Z. Alforova

Kharkiv State Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0003-4698-9785>

I. Pervysheva

National Public Broadcasting Company of Ukraine; Kharkiv State
Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0009-0008-6785-0487>

З. І. Алфьорова, І. Б. Первишева. Часові модуси в аудіовізуальних проєктах у контексті трансмедійності

Розглянуті часові модуси в аудіовізуальних проєктах у контексті трансмедійності. Визначено особливості функціонування часових модусів (минуле — теперішнє — майбутнє) в аудіовізуальних проєктах, інтегрованих у трансмедійний простір. Встановлено, як трансмедійність впливає на сприйняття і структуру часу в аудіовізуальних проєктах. Охарактеризовані особливості різних модусів часу, реалізованих в аудіовізуальних творах, та визначено механізми їх взаємодії в рамках аудіовізуальних проєктів. Визначено, що в трансмедійних проєктах часові модуси втрачають фіксовану ієрархію. Доведено, що важливим фактором стає «тимчасова імерсивність». У роботі вперше запропоновано типологію тимчасових модусів, специфічних для трансмедійних аудіовізуальних проєктів, а також запроваджено поняття «трансмедійна темпоральність». Окреслено перспективи подальших досліджень.

Ключові слова: *модуси часу, аудіовізуальне мистецтво, аудіовізуальний проєкт, трансмедійність, наратив, темпоральність, сторітелінг.*

Z. Alforova, I. Pervysheva. Time modes in audiovisual projects in the context of transmedia

The purpose of the article is to determine the features of the functioning of temporal modes in audiovisual projects integrated into the transmedia space. The object of the study is audiovisual projects (films, TV series, interactive projects). The subject is temporal modes (past, present, future) in the transmedia context.

The study is based on the ideas of G. Jenkins, regarding the creation of a single coordinated narrative world, in which different parts of the story belong to one universe, and the consumer can collect/explore their fragments on different media and theories of temporality of the XX century.

The results presented in the article: 1. Time modes in audiovisual projects are considered in the context of transmedia. 2. The features of the functioning of time modes (past-present-future) in audiovisual projects integrated into the transmedia space are determined. 3. It is established how transmedia affects the perception and structure of time in audiovisual projects. 4. The features of different time modes implemented in audiovisual works are characterized and the mechanisms of their interaction within audiovisual projects are determined. 5. It is established that in transmedia projects time modes lose their fixed hierarchy. 6. It is proved that “temporal immersiveness” becomes an important factor.

The scientific novelty of the research. The work for the first time proposes a typology of temporal modes specific to transmedia audiovisual projects, and also introduces the concept of “transmedia temporality”. Prospects for further research are outlined.

The practical significance. The results of the research can be used in the analysis of modern audiovisual projects, the development of scenarios for transmedia history, as well as in educational programs in media arts, cinematography and the humanities.

Keywords: *time modes, audiovisual art, audiovisual project, transmedia, narrative, temporality, storytelling.*

Постановка проблеми. Посилення інтересу до категорії часу в сучасних аудіовізуальних наративах зумовлено зміною сприйняття темпоральності в культурі постмодерну і цифрової доби. Розвиток технологій виробництва та поширення контенту, а також повсюдна цифровізація призвели до фрагментації досвіду, прискорення ритмів сприйняття. У цих умовах час перестає бути лінійною структурою розповіді і стає інструментом конструювання суб'єктивної реальності, де минуле, сьогодення та май-

* This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

бутнє співіснують у єдиному просторі медіального досвіду. Крім того, сучасна аудіовізуальна культура відображає кризу традиційних форм наративу та пошук нових способів репрезентації людського досвіду. Нелінійні, циклічні й реверсивні часові структури дозволяють авторам досліджувати пам'ять, ідентичність та сприйняття реальності через призму темпоральних зрушень. Таким чином, категорія часу в сучасній екранній культурі стає не просто елементом оповідальної організації, а й центральною філософською проблемою, що виражає особливості мислення та відчуття людини в епоху інформаційної турбулентності.

Дослідження часових модусів в аудіовізуальних проєктах у контексті трансмедійності зумовлене сучасними змінами в медіапросторі, де межі між різними формами мистецтва та комунікації стають дедалі розмитішими. В умовах цифровізації й глобальної медіаінтеграції оповідальні структури зазнають якісних трансформацій, що потребує переосмислення способів репрезентації часу як одного з ключових компонентів наративу. Аналіз модусів часу дозволяє виявити закономірності функціонування темпоральних структур у різних медіасередовищах та визначити механізми їх взаємодії в межах трансмедійних проєктів. Крім того, вивчення часових модусів в аудіовізуальних творах, розподілених між кількома платформами, сприяє глибшому розумінню явища трансмедійності як стратегії оповіді, орієнтованої на активну участь глядача та багатопланове сприйняття наративу. У контексті сучасної культури, де споживання контенту відбувається нелінійно та фрагментарно, дослідження темпоральних особливостей стає важливим інструментом аналізу нових форм комунікації. Таким чином, звернення до проблеми модусів часу в аудіовізуальних проєктах є актуальним як з теоретико-методологічного, так і з культурологічного погляду. Тим більше, що на сьогодні існує недостатня розробленість теми тимчасових модусів у контексті трансмедійних оповідей.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

На жаль, наукових праць з проблеми небагато, тому частина з них розкриває суміжні аспекти теми трансмедійності. У нашій попередній статті

(Алфьорова, Первишева, 2025) ми звертались до наукової літератури, присвяченій власне проблемі трансмедійності. Роботи К. Б. Гарві (Harvey, 2014), Т. Дауда, М. Нідермана та Дж. Штайффа (Dowd, Niederman & Steiff, 2016), Дж. Х. Мюррей (Murray, 2017), К. МакЕрлін (McErlean, 2018), О. Мусієнко (Мусієнко, 2019; Мусієнко, 2020; Мусієнко, 2025), І. Печеранського (Печеранський, 2023; Печеранський, 2024), Д. Сучкова (Сучков, 2023) та інших здебільшого розглядають трансмедійність як інтегративну ознаку «другої хвилі» діджиталізації, яка характеризується трансформаціями в процесах комунікації на сучасному етапі.

Безумовно, класичною працею, яка перша звернула увагу на режим зміни модусів часу в культурі другої половини ХХ ст., є розвідка Ж. Дельоза «Кіно2. Образ-час» (Deleuze, 1989). Це дослідження створювалось у момент лише зародження трансмедійності, і відтоді багато чого в сучасній культурі змінилось. Книга «Опосередкований час: погляди на час у цифрову епоху» (Hartmann, Prommer, Deckner, & Görland, 2019) розглядає, як медіа і час впливають одне на одного, хоча безпосередньо ситуація модусів часу не аналізується. Р. Хуїсман у монографії «Наративні світи та текстура часу: соціально-семіотична перспектива» (Huisman, 2022) вивчає час у наративних структурах, що може бути корисним для дослідників структур аудіовізуального походження. Аналіз часових режимів та технологій у телевізійній драмі міститься в монографії Дж. П. Келлі «Час, технологія та форма оповіді в сучасній телевізійній драмі США» (Kelly, 2017). Розгляд різних наративних структур здійснюється в книзі А. Кемерона «Модульні наративи в сучасному кіно». У ній також частково обговорюються питання часу (анахронія, множинні часові лінії) в сучасному кінематографі (Cameron, 2008). У колективній монографії «Теорія, розвиток і стратегія трансмедійної оповіді» розглядається трансмедійна оповідь (transmedia storytelling) не просто як технологія, а як теоретична, методологічна та стратегічна практика. Автори прагнуть піти далі за класичні визначення — вони спираються на семіотику Пірса, теорію систем, а також розглядають трансмедіа-кейси, журналістику та освіту (Gambarato, Alzamora, Lorena, 2020).

А. Тормахова в статті «Аудіовізуальні практики нових медіа та їх комунікативний характер» зазначала, що «аудіовізуальні практики нових медіа є такими, що мають комунікативний та мінливий характер, відображуючи прагнення до перетворення контенту, що свідчить про його опанування аудиторією» (Тормахова, 2021, с. 44), при цьому, як і А. Тормахова, І. Марченко (Марченко, 2025) та інші українські дослідники оминають своєю увагою «часовий параметр» цієї комунікативності.

Мета статті — визначити особливості функціонування часових модусів в аудіовізуальних проектах, інтегрованих у трансмедійний простір.

Об'єктом дослідження є аудіовізуальні проекти (фільми, серіали, інтерактивні проекти). Предметом — часові модуси (минуле, сьогодення, майбутнє) у трансмедійному контексті. У статті ставляться завдання: виявити, як трансмедійність впливає на сприйняття і структуру часу в таких проектах; охарактеризувати особливості різних модусів часу, реалізованих в аудіовізуальних творах; визначити механізми їх взаємодії в межах аудіовізуальних проектів та окреслити перспективи подальших досліджень.

Методологія дослідження базується на кількох теоретичних засадах. Окрім ідей Г. Дженкінса щодо створення єдиного координованого оповідального світу, у якому різні частини історії належать одному всесвіту, а споживач може збирати/досліджувати їхні фрагменти на різних носіях, предмет дослідження потребує звернення до теорій темпоральності. Зрозуміло, що єдиної теорії не існує. Опублікована ще в 1908 р. теорія «реальності часу та серія А/В» Дж. Е. Мактаггарта стверджувала, що час як такий є нереальною категорією. Дослідник сформулював різницю між «А-серією» (минуле — сьогодення — майбутнє) і «В-серією» (раніше/пізніше) і показував, що А-серія веде до суперечності, В-серія не забезпечує рухливості часу, і з цього висноував про нереальність часу (McTaggart, 1908). Пізніша теорія екзистенційної темпоральності М. Гайдеггера переосмислює темпоральність не як лінійний потік часу-годинник, а як екзистенційну структуру буття-у-світі (Dasein). У розумінні філософа часом є не просто «послідовність

зараз», а «буття-в-часі» через минуле-передбачаюче-справжнє. Це одна з центральних теорій часу в європейській філософії ХХ ст., яка вплинула на феноменологію, екзистенціалізм, герменевтику (Heidegger, 2010). Сформульована в 1927 р. ця теорія не осмислювала ситуацію трансмедійності, що є цілком закономірним. Соціологічна/культурологічна теорія «деколоніальної темпоральності», яка виникла у другій половині ХХ ст., була критикою західнолінійної (колоніальної) моделі часу й визнанням безлічі часів, що перетинаються та співіснують. Ця теорія виносить на перший план питання стосовно того, як культура, влада та історія формують наше розуміння часу — як і негативні наслідки колоніалізму проявляються й у темпоральній організації. Якщо західна модель часу: лінійна, прогресивна, орієнтована майбутнє, то темпоральності інших культур можуть бути циклічними, множинними, тими, що перехрещуються. У цьому контексті деколоніальна темпоральність тяжіє до звільнення сюжетів часу від нав'язаних універсальних моделей. Отже, найпоширеніші теорії темпоральності, на жаль, не враховували ситуацію першої чверті ХХІ ст., умови «другої хвилі» диджиталізації та трасмедійності. У своєму дослідженні ми виходимо з припущення, згідно з яким у цій ситуації всі три модуси європейської «лінійної темпоральності» можуть існувати як окремо, так і разом у єдиному просторі. Розвідка фокусується на існуванні конкретного модусу часу в креативному сторителінгу в аудіовізуальних творах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Трансмедійні проекти завжди орієнтуються на певний модус часу, «розгортаючи» оповідальність як основу символічного капіталу цього проекту.

Минуле як модус часу може виступати в аудіовізуальному творі як *ресурс символічної легітимації*. Аудіовізуальні твори часто набувають значущості, коли апелюють до історичних міфів, традицій, культурної пам'яті. Нарація минулого надає їм глибини та авторитету, перетворюючи сучасний медіапродукт на сполучну ланку між минулим і сьогоденням. До прикладу, китайські історичні драми (костюмовані драми) використовують мотиви імперської епохи для

символічної легітимації сучасного національного образу. Або відомий український фільм «Мамай» (реж.: О. Санін) звертається до міфологічної постаті козака Мамай, яка таким чином набуває символічної легітимації.

Минуле в контексті трансмедійності може виступати як інструмент культурної ідентифікації. Нарація минулого відтворює колективну ідентичність через візуальні символи (костюми, декор, ритуали). Навіть візуальна стилізація цих візуальних символів в аудіовізуальному творі стає стратегією поєднання «коріння» з теперішнім втіленням ідентичності. Адже в ситуації рекреації (повторного виробництва, репрезентації) минуле допомагає глядачеві впізнавати себе в культурному коді. До прикладу, у фільмах Чжана Імоу костюм та ритуали (навіть вкрай стилізовані) навертають глядача до «традиційної культури», формуючи почуття приналежності. *Минуле може виступати полем креативної переробки.* Художники та медіавиробники використовують минуле не лише як «джерело», а й як матеріал для гри, колажу, постмодерної стилізації. У трансмедійній рекреації важлива несправжність, адже минуле перезбирається в нову форму, у якій декоративне, орнаментальне або символічне виходить на перший план. Особливо чітко це можна простежити в музичних кліпах, коли стилізовані «історичні» костюми або інтер'єри поєднуються з електронною музикою та цифровими ефектами.

Минуле може виступати як засіб ринкової капіталізації. На ринку аудіовізуального продукту минуле використовується як бренд та знак автентичності. Рекреація традиційного сюжету чи візуального коду збільшує цінність продукту, роблячи його впізнаваним та «експортованим». Наприклад, Netflix-серіали про самураїв або китайські династії орієнтовані на глобальну аудиторію, але продають «минуле як екзотику».

Минуле може виступати як символічна «мова діалогу». Рекреація завжди звернена до глядача: минуле як нарація — це спільна мова, якою здійснюється комунікація. Через аудіовізуальні коди минулого можна розмовляти із сучасними спільнотами, створюючи точки перетину поколінь та культур. Згадаємо про безліч аудіовізуальних творів (до прикладу, фестивальні

фільми), де символіка минулого використовується для постановки питань сучасності (гендер, влада, ідентичність). Отже, модус минулого часу як стрижень аудіовізуального сторітелінгу є важливим у рекреації аудіовізуального символічного продукту, оскільки він надає сенсу і легітимності цій оповіді; формує ідентичність та стає матеріалом для креативної гри. Такий часовий модус посилює ринкову цінність трансмедійного аудіовізуального твору й слугує мовою культурного діалогу. Звідси, минуле, втілене в аудіовізуальній наративній формі, — це не «архів», а активний ресурс для нових смислів в аудіовізуальній культурі XXI ст.

Теперішнє як модус часу «розгортається» в аудіовізуальному творі своєрідно. Теперішнє як нарація важливе в моменті ситуативного створення аудіовізуального символічного продукту. Якщо минуле «працює» через культурну пам'ять, то теперішнє як нарація (актуальне, миттєве, що переживається «тут і зараз») відіграє іншу, але не менш важливу роль у створенні аудіовізуального символічного продукту. *Теперішнє як інструмент створення ефекту присутності та «живого часу».* Теперішнє як нарація викликає в глядача відчуття причетності до того, що відбувається. Ситуативний продукт (стрім, перформанс, відеоблог, tiktok-відео) «працює» за допомогою «живого моменту», а не архівної цінності. Так, прикладом є прямі трансляції протестів, концертів чи спортивних матчів, де важлива не репрезентація минулого, а подієвість сьогодення. *Теперішнє як соціальна верифікація та колективне переживання.* Сучасні аудіовізуальні практики спираються на миттєвий відгук аудиторії (лайки, коментарі, шерінг). Така нарація формується колективно, глядач стає співавтором символічного продукту (меми і флешмоби в Instagram і WeChat, у яких «сюжет» народжується в процесі мережевої циркуляції). *Теперішнє як актуалізація контексту та порядку денного.* На відміну від «вічних» сюжетів минулого, нинішнє як нарація вбудовує продукт в актуальний соціальний та політичний контекст. Це дозволяє аудіовізуальному твору відігравати роль медіатора актуальності та частини публічної дискусії. Можна згадати різноманітні серіали-антології («Black Mirror»,

китайські вебдрами), які відсилають до цифрових страхів «тут і зараз». *Теперішнє як імпровізація та джерело ситуативної креативності.* У контексті ситуативного створення (наприклад, вуличне відео, артперформанс, стрімінг) теперішнє стає джерелом спонтанності та свіжості.

Така нарація цінна саме тому, що вона непередбачувана і невідшліфована часом. Прикладом може виступати вуличний арт, коли художники реагують на випадкові події в місті, перетворюючи їх на символічний матеріал. *Теперішнє як інструмент «економіки уваги» та миттєвої репрезентації.* Сучасні цифрові креативні індустрії влаштовані таким чином, коли капіталізація відбувається в результаті миттєвого захоплення уваги глядача. Теперішнє як нарація дозволяє аудіовізуальному твору бути «тут і зараз», доки увага аудиторії прикута до події. Короткі відео Douyin/TikTok втрачають сенс через кілька днів, але в момент публікації стають культурними маркерами. Отже, теперішнє як нарація важливе в аудіовізуальному символічному продукті, оскільки воно створює ефект «живої присутності», залучає аудиторію до співтворства у творенні аудіовізуального, відображає актуальну ситуацію, працює через імпровізацію та ситуативність, вбудоване в «економіку уваги». Тобто, якщо минуле задає «глибину» та «пам'ять», то нинішнє надає продукту актуальності, енергії й соціальної релевантності.

Майбутнє як нарація є важливим у ситуації проєктивного створення аудіовізуального символічного капіталу. Якщо минуле пов'язане з пам'яттю та архівом, теперішнє — з подієвістю та актуальністю, то майбутнє як нарація працює через проєкцію, передбачення й моделювання можливого. В аудіовізуальному символічному продукті це відіграє ключову роль. Майбутнє як нарація — це не просто уявлення про майбутнє, а особливий спосіб структурування часу через оповідь. Коли ми говоримо про майбутнє, ми фактично створюємо історію, у якій сьогодення набуває сенсу через упередження можливих сценаріїв. У сучасній культурі, де візуальні та звукові форми комунікації домінують, наративне осмислення майбутнього стає інструментом управління увагою, емоціями й колективною уявою. Аудіовізуальний символічний капітал

створюється медіа, брендами, художниками та платформами, де символи не лише відображають реальність, а й проєктують можливі світи. Цей капітал формується саме через здатність виробляти переконливі наративи, які пов'язують глядача з уявними майбутніми. Проєктивне створення має на увазі не просто репрезентацію вже існуючого, а формування того, чого ще немає: сценаріїв, ідеалів, естетичних кодів. *Майбутнє* в цьому контексті постає не як тимчасова категорія, а як ресурс уяви та стратегічного проєктування. Аудіовізуальні проєкти (фільм, реклама, гра, кліп, цифровий арт) стають лабораторією майбутнього, де символи й образи конструюють очікування та бажання. Нарация майбутнього важлива, тому що вона задає координати символічної цінності. Наприклад, образи «технологічного прогресу», «екологічного апокаліпсису» або «постлюдської гармонії» формують різні системи цінностей, естетик та поведінкових норм. Те, як майбутнє розповідається, визначає, які ідеї й візуальні коди капіталізуватимуться — отримують увагу, інвестиції, довіру. У ситуації цифрової економіки, де увага стає основним ресурсом, *наративи майбутнього є механізмом конкурентної боротьби.* Ті, хто створюють переконливі візуальні історії про майбутнє, визначають культурні тренди та формують інфраструктуру символічного впливу. Наприклад, великі технологічні компанії активно використовують візуальні наративи майбутнього — від промовідео до концептуальних фільмів — щоб легітимувати свої стратегії та утвердити імідж інноваційності. Таким чином, *майбутнє як нарація виступає медіатором між уявою та капіталом.* Воно дозволяє поєднувати емоційне залучення аудиторії з економічною ефективністю символів. Це простір, де естетика перетворюється на стратегію, а образи — на активи. Візуальна переконливість майбутнього стає новою формою влади: той, хто володіє образом майбутнього, управляє смисловим горизонтом сьогодення. Проте *наративи майбутнього не є нейтральними.* Вони містять ідеологічні імплікації, визначають, які сценарії здаються можливими чи бажаними. Проєктивне створення аудіовізуального символічного капіталу завжди пов'язане із боротьбою за інтерпретацію — за те, чиє майбутнє стане «офіційним»

візуальним стандартом. У цьому сенсі робота з майбутнім як нарацією — це не просто естетична, а й політична практика. Отже, значення майбутнього як нарації в сучасному медіапросторі полягає в його функції — бути полем стратегічного виробництва сенсу та капіталу. *Це не передбачення, а програмування.* Через візуальні образи та оповідальні форми суспільство не так дізнається, що буде, скільки формує, що може і має бути. Таким чином, наративи майбутнього стають основним інструментом культурного та символічного проектування.

Наприкінці слід зазначити, що охарактеризовані модуси часу доповнюються «тимчасовою імерсивністю». Це поняття може бути визначено як ступінь занурення реципієнта в структурно-часовий вимір аудіовізуального проекту, при якому сприйняття часу всередині медіатексту стає співвіднесеним або навіть конкурентним стосовно часу повсякденного досвіду. Тимчасова імерсивність виникає внаслідок синхронізації когнітивних та перцептивних процесів глядача з внутрішніми ритмами, тривалостями й темпоральними зрушеннями наративу. Таким чином, час перестає бути лише виміром оповіді, стає активним медіатором чуттєвого й смислового досвіду, формуючи в глядача ілюзію перебування всередині медіатексту.

У контексті трансмедійності тимчасова імерсивність набуває додаткового виміру: зазначені модуси часу (лінійні, доповнюються циклічним, фрагментарним, реверсивним «субмодусами» тощо) починають взаємодіяти в різних медіапросторах — кіно, серіалах, інтерактивних платформах, іграх чи цифрових перформансах. Це приводить до формування поліфонічної темпоральності, де кожна медіаплатформа задає свою

тимчасову логіку, але в сукупності вони утворюють розширене хронотопічне поле. Кореляція між модусами часу і тимчасовою імерсивністю проявляється в тому, що варіативність та багатшаровість темпоральних структур посилюють ефект занурення: реципієнт не просто спостерігає за зміною часу, а переживає множинні його конфігурації, переходячи від лінійного сприйняття до багатовимірної участі в часі як конструкції.

Висновки. Отже, у дослідженні встановлено, що в трансмедійних проектах часові модули втрачають фіксовану ієрархію: лінійний час співіснує з множинними точками розгалуження, а хронотоп одного медіанаративу може бути розширений або трансформований в іншому. Важливим фактором стає «тимчасова імерсивність» — включеність глядача у формування часу оповіді за допомогою інтерактивних механізмів та вибору користувача. При цьому виникає своєрідна «трансмедійна темпоральність» як система узгодження різних тимчасових пластів між медіаплатформами. У роботі вперше запропоновано типологію тимчасових модусів, специфічних для трансмедійних аудіовізуальних проектів, а також запроваджено поняття «трансмедійна темпоральність». Результати дослідження можуть бути використані при аналізі сучасних аудіовізуальних проектів, розробці сценаріїв для трансмедійних історій, а також в освітніх програмах з медіамистецтва, кінематографії та гуманітарних наук.

Перспективи подальших досліджень полягають у продовженні аналізу ефектів «тимчасової імерсивності» в контексті трансмедійності.

Список посилань

- Алфьорова, З. І., & Первишева І. Б. (2025). Трансмедійність в сучасних креативних індустріях: основні аспекти формування. *Культура України*, (90), 79–89. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.090.09>
- Марченко, І. (2025). Формат і медіум у цифрову епоху: трансформації аудіовізуального мистецтва. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*, 36, 190–198. <https://doi.org/10.34026/1997-4264.36.2025.332824>
- Мусієнко, О. (2019). Відеохостинг як найбільш адаптивний елемент аудіовізуальної культури на сучасному етапі. *Evropský filozofický a historický diskurz*, 5(4), 58–62. https://ephd.cz/wp-content/uploads/2019/ephd_2019_5_4/11.pdf
- Мусієнко, О. В. (2020). Науково-популярні жанри відеохостингу YouTube: художні особливості драматургічної конструкції. *Colloquium-journal*, 19(71), 14–18.

- Мусієнко, О. В. (2025). Візуальні та комунікативні стратегії у створенні іміджевих reels про Україну: порівняльний аналіз офіційного та аматорського контенту. *Культура України*, (88), 82–89. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.088.08>
- Печеранський, І. (2025). Гіперіммерсивний поворот та метавсесвіт: гейміфікація аудіовізуального ландшафту. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 8(1), 165–173. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.8.1.2025.332437>
- Печеранський, І. (2023). Культуротворчий потенціал аудіовізуальних технологій у масовому мистецтві другої половини XX — початку XXI століття. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 6(1), 92–104. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.6.1.2023.279253>
- Сучков, Д. (2023). Соціальні медіа як чинник трансформації аудіовізуальної культури в епоху трансмедійності. *Питання культурології*, 42, 286–295. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293802>
- Тормахова, А. М. (2021). Аудіовізуальні практики нових медіа та їх комунікативний характер. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 3, 42–46. http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2021_3_9
- Deleuze, G. (1989). *Cinema 2: The Time-Image*. University of Minnesota Press.
- Dowd, T., Niederman, M., & Steiff, J. (2016). *Storytelling Across Worlds: Transmedia for Creatives and Producers*. Routledge.
- Gambarato, R. R., Alzamora, G. C., & Lorena, T. (2020). *Theory, Development, and Strategy in Transmedia Storytelling*. Routledge.
- Harvey, C. B. (2014). A taxonomy of transmedia storytelling. In M.-L. Ryan & J.-N. Thon (Eds.), *Storyworlds Across Media* (pp. 278–294). University of Nebraska Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1d9nkdg.17>
- Heidegger, M. (2010). *Being and Time* (Joan Stambaugh, Transl.). State University of New York Press.
- Huisman, R. (2022). *Narrative Worlds and the Texture of Time: A Social-Semiotic Perspective*. Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Long, G. A. (2007). *Transmedia storytelling: business, aesthetics and production at the Jim Henson Company* [Master Thesis, Massachusetts Institute of Technology]. Massachusetts Institute of Technology.
- McErlean, K. (2018). *Interactive Narratives and Transmedia Storytelling*. Routledge.
- McTaggart, J. E. (1908). The Unreality of Time. *Mind*, 17(68), 457–474.
- Murray, J. H. (1997/2017). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace* (2nd ed.). MIT Press.

References

- Alforova, Z. I., & Pervysheva, I. B. (2025). Transmedia in modern creative industries: the main aspects of formation. *Culture of Ukraine*, (90), 79–89. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.090.09>. [In Ukrainian].
- Marchenko, I. (2025). Format and medium in the digital era: transformations of audiovisual art. *Naukovyi visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu teatru, kino i telebachennia imeni I. K. Karpenka-Karoho*, 36, 190–198. <https://doi.org/10.34026/1997-4264.36.2025.332824>. [In Ukrainian].
- Musiienko, O. (2019). Video hosting as the most adaptive element of audiovisual culture at the present stage. *Evropský filozofický a historický diskurz*, 5(4), 58–62. https://ephd.cz/wp-content/uploads/2019/ephd_2019_5_4/11.pdf. [In Ukrainian].
- Musiienko, O. V. (2020). Popular science genres of YouTube video hosting: artistic features of dramatic construction. *Colloquium-journal*, 19(71), 14–18. [In Ukrainian].
- Musiienko, O. V. (2025). Visual and communicative strategies in creating image reels about Ukraine: a comparative analysis of official and amateur content. *Culture of Ukraine*, (88), 82–89. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.088.08>. [In Ukrainian].
- Pecheranskyi, I. (2025). The hyper-immersive turn and the metaverse: gamification of the audiovisual landscape. *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu kul'tury i mystetstv. Serii: Audiovizual'ne mystetstvo i vyrobnytstvo*, 8(1), 165–173. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.8.1.2025.332437>. [In Ukrainian].
- Pecheranskyi, I. (2023). The cultural-creative potential of audiovisual technologies in mass art of the second half of the XX — early XXI century. *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu kul'tury i mystetstv. Serii: Audiovizual'ne mystetstvo i vyrobnytstvo*, 6(1), 92–104. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.6.1.2023.279253>. [In Ukrainian].
- Suchkov, D. (2023). Social media as a factor of audiovisual culture transformation in the age of transmedia. *Pytannia kul'turologii*, 42, 286–295. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293802>. [In Ukrainian].
- Tormakhova, A. M. (2021). Audiovisual practices of new media and their communicative nature. *Visnyk Natsional'noi akademii kerivnykh kadrov kul'tury i mystetstv*, 3, 42–46. http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2021_3_9. [In Ukrainian].

- Deleuze, G. (1989). *Cinema 2: The Time-Image*. University of Minnesota Press. [In English].
- Dowd, T., Niederman, M., & Steiff, J. (2016). *Storytelling Across Worlds: Transmedia for Creatives and Producers*. Routledge. [In English].
- Gambarato, R. R., Alzamora, G. C., & Lorena, T. (2020). *Theory, Development, and Strategy in Transmedia Storytelling*. Routledge. [In English].
- Harvey, C. B. (2014). A taxonomy of transmedia storytelling. In M.-L. Ryan & J.-N. Thon (Eds.), *Storyworlds Across Media* (pp. 278–294). University of Nebraska Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1d9nkdg.17>. [In English].
- Heidegger, M. (2010). *Being and Time* (Joan Stambaugh, Transl.). State University of New York Press. [In English].
- Huisman, R. (2022). *Narrative Worlds and the Texture of Time: A Social-Semiotic Perspective*. Routledge. [In English].
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press. [In English].
- Long, G. A. (2007). *Transmedia storytelling: business, aesthetics and production at the Jim Henson Company* [Master Thesis, Massachusetts Institute of Technology]. Massachusetts Institute of Technology. [In English].
- McErlean, K. (2018). *Interactive Narratives and Transmedia Storytelling*. Routledge. [In English].
- McTaggart, J. E. (1908). The Unreality of Time. *Mind*, 17(68), 457–474. [In English].
- Murray, J. H. (1997/2017). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace* (2nd ed.). MIT Press. [In English].

З. І. Алфьорова

доктор мистецтвознавства, професор, завідувачка
кафедри методологій крос-культурних практик,
Харківська державна академія дизайну і мистецтв,
м. Харків, Україна

І. Б. Первишева

кіно- і телепродюсерка, Національна суспільна
телерадіокомпанія України; Харківська державна
академія дизайну і мистецтв, м. Харків, Україна

Z. Alforova

Doctor of Art History, Professor, Head of the Department of
Cross-Cultural Practices Methodologies,
Kharkiv State Academy of Design and Arts,
Kharkiv, Ukraine

I. Pervysheva

Film and television producer, National Public Broadcasting
Company of Ukraine; Kharkiv State Academy of Design and
Arts, Kharkiv, Ukraine

Отримано: 02.09.2025

Прийнято до друку: 18.09.2025

Опубліковано: 25.12.2025