

Іван МАРЧЕНКО,

orcid.org/0000-0002-8615-7521

викладач, аспірант кафедри кінорежисури та кінодраматургії
Інституту екранних мистецтв Київського національного університету театру,
кіно та телебачення імені І.К. Карпенка-Карого
(Київ, Україна) *i.marchenko@knutkt.edu.ua*

ТРАНСМЕДІАЦІЯ В АУДІОВІЗУАЛЬНИХ МИСТЕЦТВАХ: КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ, ІСТОРІОГРАФІЯ ТА АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПРАКТИК

Стаття досліджує феномен трансмедіації у контексті сучасних аудіовізуальних мистецтв. Мета полягає у всебічному визначенні концептуальних основ, детальному простеженні історичного розвитку, аналізі механізмів функціонування та виявленні впливу на традиційні і новітні аудіовізуальні форми, що активно розвиваються в умовах динамічної цифрової трансформації медіаландшафту та фундаментальної зміни споживчих практик. Методологія дослідження застосовує комплексний підхід, що інтегрує різні наукові інструменти. Використано теоретичний аналіз для визначення ключових понять та концепцій трансмедіації. Історіографічний підхід висвітлює еволюцію терміна та явища, виявляючи передумови та етапи становлення. Компаративний аналіз дає можливість порівняти явище з суміжними поняттями, для визначення унікальних рис трансмедіації. Кейс-стаді аналіз оглядає успішні реалізації трансмедійних проєктів, що ілюструють теоретичні положення. Наукова новизна полягає у систематизації концептуального апарату трансмедіації в аудіовізуальному контексті, історичній реконтекстуалізації явища, виявленні його ранніх витоків, комплексному аналізі кейс-стаді знакових франшиз. Особлива увага приділяється розробці та класифікації ключових механізмів трансмедіації, таких як медіаспецифічність контенту, принципам світобудови, специфіці наративного дизайну в умовах множинності медіа для забезпечення цілісного глядацького досвіду. Висновки підтверджують, що трансмедіація є ключовим процесом еволюції сучасних аудіовізуальних мистецтв, який зумовлений конвергенцією медіа, стрімким розвитком цифрових технологій та фундаментальною зміною моделей споживання контенту сучасною аудиторією. Це вимагає принципово нових підходів до виробництва, дистрибуції та аналізу аудіовізуальних творів та сприяє значно глибшому, активнішому та багатогранному залученню аудиторії у взаємодію з контентом та наративним світом.

Ключові слова: трансмедіація, крос-медіа, інтермедіальність, мультимедіа, кіно, телебачення, нові медіа.

Ivan MARCHENKO,

orcid.org/0000-0002-8615-7521

Lecturer, Postgraduate Student at the Department of Film Directing and Screenwriting
of the Institute of Screen Arts
Kyiv National I. K. Karpenko-Kary University of Theatre, Cinema and Television
(Kyiv, Ukraine) *i.marchenko@knutkt.edu.ua*

TRANSMEDIA IN AUDIOVISUAL ARTS: CONCEPTUALIZATION, HISTORIOGRAPHY, AND ANALYSIS OF CONTEMPORARY PRACTICES

The article explores the phenomenon of transmedia in the context of contemporary audiovisual arts. The purpose is a comprehensive definition of conceptual foundations, detailed tracing of historical development, analysis of functioning mechanisms, and identification of the influence on traditional and new audiovisual forms that are actively developing under conditions of dynamic digital transformation of the media landscape and fundamental changes in consumption practices. The research methodology employs a complex approach that integrates various scientific instruments. Theoretical analysis is used to define key concepts and notions of transmedia. The historiographical approach highlights the evolution of the term and the phenomenon, revealing preconditions and stages of formation. Comparative analysis provides an opportunity to compare the phenomenon with related concepts, to determine the unique features of transmedia. Case study analysis examines successful implementations of transmedia projects that illustrate theoretical propositions. The scientific novelty lies in the systematization of the conceptual apparatus of transmedia in the audiovisual context, historical recontextualization of the phenomenon, identification of its early origins, and comprehensive analysis of case studies of significant franchises. Particular attention is paid to the development and classification of key transmedia mechanisms, such as content media specificity, principles of world-building, and specifics of narrative design in the context of media multiplicity to ensure a holistic viewing experience. Conclusions confirm that transmedia is a key process of transformation of contemporary audiovisual arts, which is driven by media convergence, rapid development of digital technologies, and a fundamental change in content consumption models by the modern audience. This requires fundamentally new approaches to the production, distribution, and analysis of audiovisual works and contributes to a significantly deeper, more active, and multifaceted engagement of the audience.

Key words: transmedia, cross-media, intermediality, multimedia, cinema, television, new media.

Постановка проблеми та її актуальність.

Сучасна медіакультура трансформується під впливом цифрових технологій, конвергенції медіа та зміни споживацьких практик. Це кидає виклик традиційним аудіовізуальним мистецтвам і стимулює появу нових наративних стратегій, серед яких ключовою є трансмедіація – процес перенесення та розширення контенту між різними медіа. Актуальність дослідження зумовлена технологічним розвитком, економічною доцільністю для медіа-індустрії, зростанням партисипаторної культури аудиторії та еволюцією наративу в бік складних «світобудов». Незважаючи на зростаючий інтерес, концептуальні межі та механізми трансмедіації в аудіовізуальних мистецтвах потребують подальшого вивчення.

Мета статті – всебічне дослідження феномену трансмедіації та його багатогранного впливу на сучасні аудіовізуальні мистецтва, з особливим акцентом на трансформаціях, що відбуваються у кіно, телебаченні та новітніх аудіовізуальних формах, таких як відеоігри, веб-серіали, інтерактивні веб-досвіди.

Для досягнення цієї мети поставлено такі **завдання**:

1. Проаналізувати актуальні наукові публікації.
2. Дослідити історіографію поняття та історичні витоки явища.
3. Проаналізувати та систематизувати визначення трансмедіації, розмежувавши її з суміжними поняттями (крос-медіа, адаптація, інтермедіальність тощо).
4. Вивчити ключові механізми трансмедіації (медіаспецифічність, світобудова, наративний дизайн, семіотичний вимір, технологічна інтеграція, залучення аудиторії).
5. Проаналізувати вплив трансмедіації на кіно та телебачення.
6. Дослідити прояви трансмедіації у новітніх аудіовізуальних формах (ігри, веб-серіали).
7. Навести приклади трансмедійних проєктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про незгасний інтерес до феномену трансмедіації та його проявів у різних сферах, зокрема в аудіовізуальних мистецтвах. Дослідження цього періоду продовжують розвивати та уточнювати концептуальні рамки, аналізувати конкретні кейси та досліджувати вплив нових технологій.

Одним із напрямків залишається концептуальне уточнення та розмежування понять. Триває дискусія щодо співвідношення трансмедіації, трансмедійного сторітелінгу та адаптації. Трансмедіація розглядається як ширший процес, що включає адаптацію та фокусується на перекладі значення і сен-

сорних конфігурацій між різними модальностями (текст, зображення, звук) (Herrero, Vanderschelden, 2024: 126). Водночас увага акцентується на медіаспецифічності – унікальних можливостях та обмеженнях кожного медіа, які зумовлюють неминучу трансформацію ідей та наративів під час їх перенесення (Bruhn et al., 2022: 160). Цей погляд підкреслює важливість розуміння відмінностей між медіа для аналізу трансмедійних процесів.

Значна увага приділяється механізмам світобудови в трансмедійних проєктах. На прикладі франшизи *Бульварні жахиття* (2014–2016 рр.), аналізується роль персонажів як «якорів» трансмедійних світів, вводиться поняття «мешап-міфології» – творчого поєднання елементів з різних культурних та міфологічних джерел для створення унікального всесвіту. Підкреслюється, що саме глибина та узгодженість світу, а також можливість його дослідження через різних персонажів та сюжетні лінії, є ключовими для залучення аудиторії (Albertsen, 2023: 5–6).

Виклад основного матеріалу. Термін «трансмедіація» та пов'язані з ним поняття, такі як «ремедіація», «трансмедійний сторітелінг», «інтермедіальність», «крос-медіа» та «мультимедіа», часто використовуються в науковому дискурсі, проте їхнє значення та співвідношення не завжди є чітко визначеними. Ця термінологічна плинність ускладнює як теоретичний аналіз, так і практичне застосування концепцій, особливо в динамічній сфері аудіовізуальних мистецтв. Для подальшого аналізу необхідно систематизувати існуючі підходи та запропонувати робочі визначення.

У найширшому сенсі, трансмедіація визначається як процес перекладу або трансформації твору, ідеї чи інформації з одного медіуму в інший. Саме визначення «медіуму» може варіюватися, включаючи сенсорні модальності (зір, слух, дотик), знакові системи (мова, зображення, музика, рух) або технологічні платформи (друк, кіно, телебачення, інтернет). Відповідно, трансмедіація може розглядатися як переклад між почуттями (наприклад, візуалізація музики), між знаковими системами (наприклад, екранізація роману, створення танцю за мотивами картини) або як технічний процес перетворення даних для представлення в новому середовищі.

Деякі дослідники визначають трансмедіацію як не просто повторне посередництво (ремедіацію), а як процес, у якому ті самі сенсорні елементи подаються через інше медіа. Водночас виокремлюється і споріднене поняття «медіа-репрезентації», коли одне медіа зображає або описує інше. Обидва процеси – трансмедіація і медіа-репрезен-

тація – є формами медіатрансформації та передбачають різний рівень змін оригіналу (Elleström, 2019: 5). Інші наголошують, що трансмедіація стосується не стільки самого медіапродукту, скільки переданих через нього ідей, наративів і концепцій. У щоденному вжитку ми кажемо, що «роман екранізували», хоча насправді змінюється не сам роман, а ті сенси, які він містив, і які реконструюються в новому медіа. Водночас, хоч вихідний медіапродукт фізично не змінюється, наше уявлення про нього трансформується внаслідок трансмедіації (Bruhn et al., 2022: 139). В українському науковому просторі трансмедіація також трактується як процес перекладу інформації з однієї знакової системи в іншу, а також як спосіб розкриття розповіді через подання інформації у різних формах (медіумах) та на різних платформах (Хворостина, 2016: 35).

Трансмедійний сторітелінг – концепція, популяризована Генрі Дженкінсом, яка описує спосіб розповіді історії через різні медіаплатформи (Jenkins, 2006: 95). У цьому підході кожне медіа не просто повторює сюжет, а додає унікальні елементи, що збагачують загальний наратив, який розширюється за межі одного медіа, охоплюючи кілька джерел, враховуючи та використовуючи специфіку кожного (Coudière, 2023). Наприклад, фільм може представити основну сюжетну лінію, телесеріал – розширити її, комікси – розкрити передісторію персонажів, а відеогра – дозволити гравцям взаємодіяти з світом історії. Такий підхід створює цілісний та захоплюючий досвід для аудиторії, яка активно залучається до «збирання» фрагментів історії з різних джерел.

Поняття інтермедіальність часто використовується як узагальнюючий термін для будь-яких явищ, що виникають на перетині різних медіа (Hennig, 2015: 18). Однак, деякі теоретики, зокрема Ірина Раєвська та Вернер Вольф, проводять чітке розмежування: інтермедіальні явища мають визначене вихідне медіа (наприклад, екранізація роману – це інтермедіальний перехід від літератури до кіно), тоді як трансмедіальні явища є неспецифічними для медіа – вони можуть бути реалізовані в різних медіа, і їхнє походження або неважливе, або неможливо визначити. Прикладом можуть бути міфи, легенди або певні наративні структури (як-от квест), що існують незалежно від конкретного медіа (Transmediality, 2024). У цьому сенсі трансмедіальність означає медіа-незалежність певних ідей, тем чи сюжетів.

Відмінність трансмедіації від адаптації також є предметом дискусій. Традиційно адаптація розуміється як перенесення конкретного сюжету з

одного медіа в інше, часто з метою якомога точнішого відтворення оригіналу в нових умовах. Натомість трансмедіація передбачає розширення історії – додавання нових змістових елементів, персонажів або сюжетних ліній у межах того ж самого вигаданого світу (Principles of Transmedia, б.д.). Проте, процес адаптації неминуче включає трансформацію, зумовлену медіаспецифічністю, і може включати різні стратегії, такі як компресія (скорочення), експансія (розширення), корекція (зміна фіналу), оновлення (перенесення в сучасний контекст) (Bruhn et al., 2022: 140).

Нарешті, важливо відрізнити трансмедіацію від мультимедіа та крос-медіа. Мультимедіа означає використання кількох модальностей (текст, аудіо, відео, графіка) в межах одного продукту чи платформи, наприклад, на вебсторінці чи у мобільному додатку. Крос-медіа передбачає дистрибуцію одного й того ж контенту через різні платформи. При цьому, як зазначає О. Хворостина, існує два основні підходи до розуміння терміна «крос-медіа»: перший – це подання однієї теми в різних формах і на різних платформах, другий – трансляція однієї історії через різні медіаканали. Тоді як трансмедіація означає подання багатьох взаємопов'язаних історій через різні платформи, які разом формують наративний світ. У цьому ключі трансмедіація відрізняється від крос-медіа тим, що стратегії крос-медіа спрямовують аудиторію від одного медіума до іншого, враховуючи, що повну історію користувач отримає, поєднавши інформацію з усіх платформ/каналів, тоді як при трансмедіації таке поєднання не є обов'язковим (Хворостина, 2016: 35).

Ця концептуальна плутанина має реальні наслідки. Нечітке розрізнення термінів може призводити до некоректного аналізу медіапродуктів (наприклад, коли звичайна адаптація маркується як трансмедійний сторітелінг) або до непорозуміння у виробничих процесах. Для цілей даного дослідження ключовим є розрізнення між простим перенесенням чи дублюванням контенту (адаптація, крос-медіа, інтермедіальність) та створенням інтегрованого, багатоплатформного наративного досвіду, де кожна частина є важливою та унікальною (трансмедійний сторітелінг як специфічна, цілеспрямована форма трансмедіації). Трансмедіація буде розглядатися як загальний процес трансформації контенту при переході між медіа, а трансмедійний сторітелінг – як драматургічна стратегія, що використовує цей процес для побудови розширених світів та залучення аудиторії.

Хоча терміни «трансмедіація» та «трансмедійний сторітелінг» набули широкого вжитку

лише наприкінці XX – на початку XXI століття, саме явище перенесення та розширення історій через різні медіа має глибоке історичне коріння, що сягає доіндустріальних часів. Розуміння цієї довгої історії дозволяє краще контекстуалізувати сучасні практики та уникнути хибного уявлення про трансмедіацію як про виключно новітній феномен.

Задовго до появи сучасних медіа, людство використовувало різні канали для передачі ідей, змістів та історій. Міфи, легенди та епоси поширювалися усно, а потім знаходили втілення у візуальних формах – наскельних малюнках, кераміці, скульптурі, а згодом – у рукописних текстах, релігійних іконах, вітражах, gobеленах та театральних виставах. Біблія може розглядатися як один із найдавніших та найуспішніших прикладів трансмедійного нарративу, історії якого століттями переповідалися та інтерпретувалися через різні мистецькі форми, адаптуючись до різних культурних контекстів та рівнів грамотності аудиторії.

З розвитком друкарства, а згодом фотографії та кінематографа, можливості для перенесення історій між медіа розширилися, але водночас почали індустріалізуватися та комерціалізуватися. На початку та в середині XX століття виникають перші медіафраншизи, де популярні персонажі та історії цілеспрямовано поширюються через різні медіа з використанням інструментів реклами та ліцензування. Дослідження Метью Фрімена детально аналізує діяльність Л. Френка Баума, творця «Країни Оз», як приклад ранньої трансмедіації. Баум, маючи досвід у рекламі та вітринному дизайні, активно використовував різні медіа – книги, театральні постановки, газетні комікси («*Queer Visitors from the Marvelous Land of Oz*»), промо-газети («*The Ozmapolitan*») – для розширення свого вигаданого світу та одночасного просування книжкової серії, ефективно стираючи межу між контентом і рекламою. Баум «використав це комерційне явище, адаптувавши принципи кроспромоції (де кожна частина історії у певному медіа водночас є рекламою іншої частини історії в іншому медіа) до творчого процесу розбудови світу Країни Оз як текстової трансмедійної конструкції» (Freeman, 2014: 2369). Історичне підґрунтя трансмедійного сторітелінгу можна простежити ще у японській маркетинговій стратегії «медіа-мікс», яка передбачала стратегічне поширення контенту через численні форми подання: аніме, мангу, іграшки, відеоігри, телебачення тощо. Саме цей підхід дозволив закласти основи для розвитку взаємопов'язаних медійних франшиз (Byun, Kwon, 2016).

Формальне осмислення цих практик у науковому дискурсі починається пізніше. Марша Кіндер у 1991 році вживає термін «трансмедіа», аналізуючи «розважальні суперсистеми», що формувалися навколо популярних дитячих персонажів 1980-х років (як *Muppet Babies* чи *Teenage Mutant Ninja Turtles*), які існували одночасно у вигляді мультсеріалів, фільмів, відеоігор та іграшок (Rholetter, 2021). Проте ключову роль у популяризації та теоретизації явища відіграв Генрі Дженкінс. У своїй книзі «*Convergence Culture: Where Old and New Media collide*» («Культура конвергенції: де стикаються старі та нові медіа») він вводить та розробляє концепцію «трансмедійного сторітелінгу». Дженкінс пов'язує розквіт трансмедійного сторітелінгу з культурою конвергенції (злиттям старих і нових медіа), розвитком партисипаторної культури (активною участю аудиторії) та концепцією колективного інтелекту П'єра Леві (спільним пошуком та інтерпретацією інформації спільнотами фанів).

Сьогодні трансмедійний сторітелінг став поширеною практикою в глобальній індустрії розваг, особливо у виробництві високобюджетних кіно- та телефраншиз (Johnson, б.д.). З'явилася навіть окрема професія «трансмедіа продюсер», визнана Гільдією продюсерів Америки у 2010 році (Transmedia Journalism, 2011).

Розгляд історії трансмедіації виявляє певну циклічність. Базові принципи розповіді історій через різні медіа, притаманні ще доіндустріальним культурам, були певною мірою витіснені моделлю масової комунікації XX століття, орієнтованою на єдиний канал. Сучасний «трансмедійний бум», уможливлений цифровою конвергенцією, можна розглядати не стільки як революційний винахід, скільки як технологічно опосередковане повернення до більш природного, багатоканального способу існування нарративів, але вже в умовах глобалізації та активної партисипаторної культури.

Механізми та процеси трансмедіації в аудіовізуальних мистецтвах. Трансмедіація в аудіовізуальних мистецтвах – це складний процес, що спирається на низку взаємопов'язаних механізмів, які дозволяють створювати розширені нарративні світи та залучати аудиторію на різних платформах. Розуміння цих механізмів є ключовим для аналізу сучасного кіно, телебачення та нових медіа.

Медіаспецифічність – основоположним принципом трансмедіації є визнання того, що кожен медіум має свої унікальні можливості та обмеження – «аффорданси» (Bruhn et al., 2022: 140). Кіно та телебачення оперують рухомими зображеннями та звуком, література – словом, комікси – статич-

ними зображеннями та текстом, відеоігри – інтерактивністю. Через ці відмінності просте копіювання змісту з одного медіа в інше неможливе або неефективне. Трансмедіація передбачає трансформацію ідей, наративів та концепцій, їхню реконструкцію засобами нового медіа. Наприклад, опис пейзажу в романі трансформується у візуальний ряд у фільмі; внутрішній монолог персонажа може бути переданий через закадровий голос, візуальні метафори або акторську гру. Успішна трансмедіація враховує специфіку кожного залученого медіа, використовуючи його сильні сторони для розкриття певних аспектів історії чи світу.

Світобудова – одним із центральних механізмів сучасного трансмедійного сторітелінгу є світобудова – процес створення детальних, логічно послідовних та потенційно безмежних фікційних всесвітів. Ці світи, зі своєю історією, географією, культурою, правилами, міфологією, а іноді й мовою, стають основою, на якій можуть розгортатися численні взаємопов'язані історії та існувати безліч персонажів (Albertsen, 2023: 4–5). Часто саме світ, а не окремий сюжет, є головним «культурним атрактором» (Jenkins, 2006: 95), що приваблює та утримує аудиторію. Техніки світобудови включають створення детальних «біблії світу», розробку не лише головних, а й другорядних та епізодичних персонажів, встановлення єдиної візуальної та тональної естетики на різних платформах (Transmedia storytelling, 2024).

Трансмедійний сторітелінг вимагає специфічного **наративного дизайну**, спрямованого на координацію розповіді на різних платформах. Генрі Дженкінс сформулював сім ключових принципів такого дизайну (Byun, Kwon, 2016):

Поширюваність та заглиблення: Баланс між легкістю поширення контенту (часто через соціальні мережі та фанів) та можливістю для зацікавленої аудиторії заглиблюватися в деталі світу та сюжету.

Неперервність та множинність: Необхідність підтримувати логічну узгодженість наративного світу та його правил, водночас пропонуючи множинність історій, перспектив та персонажів у цьому світі.

Занурення та переносимість елементів: Створення ефекту занурення у фікційний світ та одночасна можливість для аудиторії «вносити» елементи цього світу (персонажів, символи, ідеї, мерчендайз) у своє повсякденне життя.

Світобудова: Світобудова як основа для розгортання історій.

Серіальність: Подача історії у вигляді послідовних частин (серій), що розповсюджуються на різних платформах.

Суб'єктивність: Представлення подій з точок зору різних персонажів, що додає глибини та складності сюжету.

Перформативність: Створення можливостей для аудиторії активно діяти в межах історії або реагувати на нього (участь в іграх, створення фан-контенту).

Семіотичний вимір – трансмедіація за своєю суттю є процесом перекладу між різними знаковими системами. Аудіовізуальні мистецтва поєднують візуальні (зображення, колір, композиція), аудіальні (мова, музика, шуми) та іноді текстові коди. Трансмедійні проєкти додають до цього спектру коди інших медіа – інтерактивність ігор, статичність коміксів, тактильність мерчендайзу тощо. Ефективна трансмедіація вимагає від творців розуміння семіотичних особливостей кожного медіа, а від аудиторії – розвиненої медіа- та візуальної грамотності для інтерпретації цих різноманітних кодів.

Технологічна інтеграція – веб-сайти, соціальні мережі, мобільні додатки, онлайн-ігри стають невід'ємними компонентами багатьох трансмедійних франшиз, слугуючи платформами для поширення додаткового контенту, розширення світу та, що важливо, для безпосередньої взаємодії з аудиторією. Творці телевізійних серіалів, фільмів та відеоігор дедалі частіше включають до своїх трансмедійних стратегій веб-сайти, ігри альтернативної реальності (ARG), моб-епізоди, веб-епізоди та комікси, розширюючи цим саму оповідь (Long, 2007: 19). Серед прикладів таких стратегій – телепопея *Lost* (2004–2010 pp.), яка розвивалась через ARG *The Lost Experience*; медіавсесвіт *Final Fantasy VII*, доповнений фільмом *Final Fantasy VII: Advent Children* (2005) та іграми; а також моб-серіал *24: Conspiracy*, створений спеціально для мобільних платформ як частина трансмедійної моделі серіалу.

Залучення аудиторії – однією з ключових цілей та механізмів трансмедіації є активне залучення аудиторії. На відміну від традиційної моделі «один до багатьох», трансмедійні проєкти часто прагнуть створити спільноту шанувальників та фанів, які не просто споживають контент, а й досліджують його, обговорюють, інтерпретують та поширюють. Стратегії залучення включають створення «магнітів для залучення» (за Дженкінсом) – загадок чи відкритих питань, що спонукають до пошуку та розкриття окремих деталей наративу; організацію ARG; заохочення до створення користувацького контенту (фан-фікшн, фан-арт, відео) використання соціальних мереж для комунікації та формування спільноти. «Валіда-

ційний ефект» – винагорода аудиторії за зусилля, докладені для переходу між платформами (наприклад, через отримання ексклюзивної інформації про світ, героїв тощо) – також є важливим інструментом залучення.

Функціонування цих механізмів не є безпроблемним. Існує постійна діалектична напруга між потребою творців контролювати наратив та світ для забезпечення когерентності та комерційної життєздатності, та бажанням аудиторії брати участь, інтерпретувати і навіть змінювати «трансмедійний світ». Як підкреслює дослідниця З'юзанн Скотт, хоча трансмедійні системи декларують колаборацію між авторами та фанами, «найуспішніші трансмедійні франшизи виникають тоді, коли один творець або творча група зберігає контроль», що ставить під сумнів їхню відкритість до партисипації (Scott, 2010: 30). Це призводить до конфліктів між «канонам» і творчістю пошановувачів, а також до розчарування аудиторії, яка

сподівається на реальну взаємодію, але зіштовхується з ієрархією тексту і влади авторів.

Висновки. Проведене дослідження підтверджує, що трансмедіація є ключовим процесом трансформації сучасних аудіовізуальних мистецтв. Цей процес зумовлений конвергенцією медіа, стрімким розвитком цифрових технологій та фундаментальною зміною моделей споживання контенту сучасною аудиторією. Встановлено, що трансмедіація передбачає створення розширених, багатоплатформних наративних світів, де кожна частина робить унікальний внесок у загальну історію, відрізняючись від простого перенесення контенту між медіумами із різними модальностями. Реалізація таких проектів вимагає принципово нових підходів до виробництва, дистрибуції та аналізу аудіовізуальних творів. Подальші дослідження можуть стосуватися глибшому дослідженню трансмедіації поза комерційними франшизами та у новомедійних форматах, таких як віртуальна реальність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Хворостина О. В. Явище трансмедіації контенту мережевих видань. Наукові записки Інституту журналістики. 2016. № 62. С. 33–41.
2. Albertsen A. N. B. Transmedia Worldbuilding and Mashup Mythology in Penny Dreadful. *Imagining the Impossible: International Journal for the Fantastic in Contemporary Media*. 2023. Т. 2, № 1. С. 1–22. DOI: <https://doi.org/10.7146/imaginingtheimpossible.134455>
3. Bruhn J., Gutowska A., Tornborg E., Knust M. Transmediation. *Intermedial Studies: An Introduction to Meaning across Media* / ред. J. Bruhn, B. Schirmacher. London: Routledge, 2022. С. 138–161. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003174288-9>
4. Byun H., Kwon Y. S. A Systematization of the Concept of Transmedia: Update, Reinterpretation and Redefinition of the Concept. *International Journal of Journalism & Mass Communication*. 2016. Т. 3. Ст. 120. DOI: <http://dx.doi.org/10.15344/2349-2635/2016/120>
5. Coudière B. A short history of transmedia. *Point 'n Think*: веб-сайт. 2024. URL: <https://www.pointnthink.fr/en/a-short-history-of-transmedia> (дата звернення: 25.01.2025).
6. Elleström L. Transmediation: Some theoretical considerations. *Transmediations: Communication across media borders* / ред. N. Salmose, L. Elleström. New York; London: Routledge, 2019. С. 1–13.
7. Freeman M. Advertising the Yellow Brick Road: Historicizing the Industrial Emergence of Transmedia Storytelling. *International Journal of Communication*. 2014. Т. 8. С. 2362–2381. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2400> (дата звернення: 22.03.2025).
8. Hennig M. Why Some Worlds Fail. Observations on the Relationship Between Intertextuality, Intermediality, and Transmediality in the RESIDENT EVIL and SILENT HILL Universes. *Image. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft*. 2015. Т. 21, № 1. С. 17–33. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16505>
9. Herrero M. del C., Vanderschelden I. Transmediation: pedagogical applications of film adaptation in modern foreign language education. *Inclusion, Diversity and Innovation in Translation Education* / ред. A. Bolaños García-Escribano, M. Oaknin. London: UCL Press, 2024. С. 121–156. DOI: <https://doi.org/10.14324/111.9781800087125>
10. Jenkins H. *Convergence Culture*. New York University Press. New York, 2006. С. 368.
11. Johnson D. A History of Transmedia Entertainment. *Spreadable Media: Participatory Culture in a Networked Era* / ред. H. Jenkins, S. Ford, J. Green. URL: <https://spreadablemedia.org/essays/johnson/index.html> (дата звернення: 10.03.2025).
12. Long G. A. Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company : дис.... магістра наук. Massachusetts Institute of Technology, 2007. URL: <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/39152/166227980-MIT.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (дата звернення: 23.04.2025).
13. Principles of Transmedia. *Transmedia Journalism* : веб-сайт. URL: <https://transmediajournalism.org/contexts/principles-of-transmedia/> (дата звернення: 01.03.2025).
14. Rhoetter W. Transmedia Storytelling. *EBSCO*: веб-сайт. 2021. URL: <https://www.ebsco.com/research-starters/communication-and-mass-media/transmedia-storytelling> (дата звернення: 05.04.2025).
15. Scott S. The Trouble with Transmediation. *Spectator: The University of Southern California Journal of Film and Television Criticism*. 2010. Т. 30, № 1. С. 30–34. URL: <https://cinema.usc.edu/Spectator/30.1.html> (дата звернення: 18.02.2025).

16. Transmedia storytelling – TV Writing. *Fiveable*: веб-сайт. URL: <https://fiveable.me/tv-writing/unit-12/transmedia-storytelling/study-guide/Wq6vMyNsVOZNvCev> (дата звернення: 29.01.2025).

17. Transmediality. *Wikipedia. The Free Encyclopedia*.: веб-сайт. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Transmediality> (дата звернення: 12.04.2025).

REFERENCES

1. Albertsen A. N. B. (2023) Transmedia Worldbuilding and Mashup Mythology in Penny Dreadful. Imagining the Impossible: International Journal for the Fantastic in Contemporary Media. Vol. 2, no. 1. P. 1–22. DOI: <https://doi.org/10.7146/imaginingtheimpossible.134455>
2. Bruhn J., Gutowska A., Tornborg E., Knust M. (2022) Transmediation. Intermedial Studies: An Introduction to Meaning across Media / ed. by J. Bruhn, B. Schirmacher. London: Routledge. P. 138–161. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003174288-9>
3. Byun H., Kwon Y. S. (2016) A Systematization of the Concept of Transmedia: Update, Reinterpretation and Redefinition of the Concept. International Journal of Journalism & Mass Communication. Vol. 3. Art. 120. DOI: <http://dx.doi.org/10.15344/2349-2635/2016/120>
4. Coudière B. (2024) A short history of transmedia. *Point'n Think*: website. URL: <https://www.pointnthink.fr/en/a-short-history-of-transmedia/> (date of access: 25.01.2025)
5. Elleström L. (2019) Transmediation: Some theoretical considerations. Transmediations: Communication across media borders / ed. by N. Salmose, L. Elleström. New York; London: Routledge. P. 1–13. [in English]
6. Freeman M. (2014) Advertising the Yellow Brick Road: Historicizing the Industrial Emergence of Transmedia Storytelling. International Journal of Communication. Vol. 8. P. 2362–2381. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2400> (date of access: 22.03.2025)
7. Hennig M. (2015) Why Some Worlds Fail. Observations on the Relationship Between Intertextuality, Intermediality, and Transmediality in the RESIDENT EVIL and SILENT HILL Universes. *Image. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft*. Vol. 21, no. 1. P. 17–33. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16505>
8. Herrero M. del C., Vanderschelden I. (2024) Transmediation: pedagogical applications of film adaptation in modern foreign language education. *Inclusion, Diversity and Innovation in Translation Education* / ed. by A. Bolaños García-Escribano, M. Oaknin. London: UCL Press. P. 121–156. DOI: <https://doi.org/10.14324/111.9781800087125>
9. Jenkins H. (2006) Convergence Culture. New York: New York University Press. P. 368.
10. Johnson D. A History of Transmedia Entertainment. Spreadable Media: Participatory Culture in a Networked Era / ed. by H. Jenkins, S. Ford, J. Green. URL: <https://spreadablemedia.org/essays/johnson/index.html> (date of access: 10.03.2025)
11. Khvorostyna O. V. (2016) Yavyshche transmediatsii kontentu merezhevykh vydan. [The phenomenon of transmedia content in online publications] Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky. No. 62. P. 33–41. [in Ukrainian].
12. Long G. A. (2007) Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company: Diss.... Master of Science. Massachusetts Institute of Technology. URL: <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/39152/166227980-MIT.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (date of access: 23.04.2025)
13. Principles of Transmedia. (2014) *Transmedia Journalism*: website. URL: <https://transmediajournalism.org/contexts/principles-of-transmedia> (date of access: 01.03.2025).
14. Rhoetter W. (2021) Transmedia Storytelling. *EBSCO*: website. URL: <https://www.ebsco.com/research-starters/communication-and-mass-media/transmedia-storytelling> (date of access: 05.04.2025)
15. Scott S. (2010) The Trouble with Transmediation. Spectator: The University of Southern California Journal of Film and Television Criticism. Vol. 30, no. 1. P. 30–34. URL: <https://cinema.usc.edu/Spectator/30.1.html> (date of access: 18.02.2025)
16. Transmedia storytelling – TV Writing. (2024) *Fiveable*: website. URL: <https://fiveable.me/tv-writing/unit-12/transmedia-storytelling/study-guide/Wq6vMyNsVOZNvCev> (date of access: 29.01.2025)
17. Transmediality. (2024) *Wikipedia. The Free Encyclopedia*: website. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Transmediality> (date of access: 12.04.2025)