

Литвинська С. В.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Герасимович В. А.

Маріупольський державний університет

Герасимович М. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЖУРНАЛІСТИКА В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМАТІВ І СТИЛІВ

Нові умови інформаційно-комунікаційного розвитку створюють виклик для традиційної журналістики, зумовлюючи необхідність перегляду підходів до організації журналістської діяльності. Динаміка форматів та стилів потребує ретельного аналізу, слугує стимулом для розширеного дослідження проблеми. У статті поставлено за мету дослідити вплив інформаційно-комунікаційних технологій на динаміку форматів та стилів у журналістиці в умовах цифровізації. До основних завдань віднесено моделювання динаміки тенденцій цифровізації журналістики у перспективі в контексті залучення штучного інтелекту, блокчейн, великих даних, а також об'єднання різних форматів і каналів в єдиний адаптивний продукт. У дослідженні використано методи ретроспективного та системного аналізу, узагальнення, групування та систематизації, а також статистичного дослідження та графічної презентації. У статті визначено ключові аспекти цифрової трансформації журналістики: виробництво контенту за допомогою мультимедійних елементів, інтерактивності, візуалізації даних; поширення контенту з залученням спектру онлайн-платформ, соціальних медіа, мобільних додатків та інших цифрових каналів; взаємодія з аудиторією за допомогою цифрових інструментів (опитувань, голосувань, дискусій, онлайн-трансляцій тощо) для ефективного зворотного зв'язку; аналіз і використання даних для отримання цінних інсайтів для персоналізації контенту; інноваційні формати і жанри (подкасти, відеоблоги, мобільні додатки, віртуальна і доповнена реальність тощо) для привернення та утримання уваги аудиторії. Змодельовано перспективну динаміку цифровізації журналістики в контексті актуалізації штучного інтелекту та великих даних, об'єднання різних форматів і каналів в єдиний адаптивний продукт. Актуалізовано необхідність апгрейду вимог до компетентності журналіста в аспекті цифровізації галузі. Новизна дослідження полягає у структурованому підході до цифровізації журналістики, що дозволяє асимілювати різноманітні медіаформати, інтерактивні графіки, візуалізацію даних для подання інформації в більш привабливій і наочній формі. Практичне значення результатів вбачається у оптимізації взаємодії з аудиторією, підвищенні довіри та лояльності споживачів контенту завдяки врахуванню етичних та безпекових концептів.

Ключові слова: цифрова трансформація, журналістика, стиль, формат, трансформація, аудиторія, креативність.

Постановка проблеми. Цифрова журналістика є своєрідною еволюцією журналістської практики, яка стає все більш інтегрованою з цифровим середовищем і адаптується до нових умов інформаційного обміну. У цифровому середовищі медіа різних рівнів співіснують і взаємодіють, формуючи єдиний інформаційний простір.

Актуальність дослідження. Нові умови створюють виклик для традиційної журналістики, потребуючи динаміки форматів та стилів діяльності, що

актуалізує необхідність окреслення ключових тенденцій трансформації та виокремлення основних дотичних викликів. Будучи наділеною мультимедійними особливостями, цифровізація змінює роль журналіста в його взаєминах з аудиторією та потребує формування нової стратегії фахової компетентності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато дослідників (К. Дюжева [1], Ю. Іщук та М. Варламова [2], Л. Шутяк [3] та ін.) висловлю-

ють припущення, що цифрова журналістика у перспективі буде домінуючою, а можливо – і єдиною формою існування фаху журналіста. На переконання О. Литвиненко [4], цифровий апгрейд галузі передбачає мережевий підхід до виробництва, розповсюдження та споживання актуальної інформації, із залученням різних соціальних платформ, онлайн-ресурсів, мобільних пристроїв, великих даних та алгоритмів.

У вітчизняних і зарубіжних дослідженнях цифрової журналістики (Л. Городенко [5], G. Perreault, P. Ferrucci [6], B. García-Orosa та ін. [7]) актуалізується значимість відповідальності журналіста за наративи контенту, його достовірність та дотримання етичних норм. Автори С. Lopezosa та ін. [8], S. Banshal та ін. [9] наголошують, що зміна інструментів, із якими працює журналіст, діючи в цифровому просторі, повинна забезпечувати збереження основних цілей та цінностей журналістики в нових технологічних умовах.

К. Orgeret [10], Z. Peruško та ін. [11] виділили основні складові процесу трансформації журналістики, в тому числі, використання цифрових інструментів, створення персоналізованого контенту, забезпечення ефективної комунікації, підтримку безпеки даних та дотримання етичних норм. Концептуальні межі досліджуваної проблематики розширюються в публікаціях S. Reyes-de-Cózar та ін. [12], P. Bradshaw [13], M. Ekström та ін. [14], де учені зосереджують увагу на важливості гарантій професійної доброчесності. Дослідники переконують, що цифровий апгрейд зберігає соціальну значущість і сутність традиційної журналістики, створюючи додаткові можливості для більш ефективного поширення контенту.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на підвищений науковий інтерес до досліджуваної проблематики, критичний аналіз потенційних можливостей інтеграції цифрових технологій у поле журналістики потребує розширеного підходу. Маловивченими залишаються аспекти трендової аналітики цифрового апгрейду галузі, а також дотичні виклики та перспективи цифрового розвитку взаємодії журналіста та аудиторії.

Новизна дослідження полягає у розробленні концептуального підходу до безпечної цифровізації журналістської діяльності, що поєднує аспекти створення та репрезентації цифрового контенту, апгрейду навичок журналістів, боротьби з дезінформацією та дотримання етичних вимог.

Постановка завдання. У статті поставлено за мету дослідити вплив інформаційно-комуніка-

ційних технологій на динаміку форматів та стилів у журналістиці в умовах цифровізації.

Завданнями статті виділено:

1) визначити ключові аспекти цифрової трансформації журналістики;

2) змодельовати динаміку тенденцій цифровізації журналістики в контексті актуалізації штучного інтелекту, блокчейн, великих даних та інших напрямів;

3) виділити основні напрямки апгрейду вимог до компетентності журналіста в цифровому світі;

4) ідентифікувати дотичні виклики.

Методи дослідження. Для досягнення визначеної мети у дослідженні використано сукупність загальнонаукових та спеціальних методів дослідження:

– ретроспективний аналіз – для вивчення стану наукової розробленості проблеми впливу цифровізації на розвиток інноваційних журналістських практик;

– системний аналіз – для дослідження особливостей трансформуючого впливу цифрової комунікації на процеси створення та поширення контенту;

– узагальнення та систематизації – для систематизації понятійно-категорійного апарату та визначення ключових категорій і понять;

– статистичного дослідження – для вивчення стану розвитку цифрових каналів поширення журналістського контенту;

– узагальнення та групування – для ідентифікації ключових напрямків впливу цифрових інструментів на розвиток досліджуваної галузі;

– графічного методу – для наочного узагальнення отриманої інформації та статистичних даних.

Обрані методи дозволили всебічно дослідити вплив цифрових інструментів та медіа на розвиток журналістики. Також, методи дали змогу детермінувати основні критерії та дефініції, визначити найбільш впливові фактори, критично оцінити супутні ризики та негативні наслідки. Обмеження дослідження зумовлені складністю експериментальної перевірки теоретичних висновків з метою зменшення впливу упередженості та отримання більш об'єктивних і достовірних результатів.

Виклад основного матеріалу. Специфіка цифрової журналістики включає низку масштабних процесів, які трансформують медіасередовище та зумовлюють необхідність переосмислення фаху журналістики в нових цифрових умовах. Зокрема, серед ключових процесів варто відзначити: перехід на нові платформи цифрового середовища,

що сприяє розширенню аудиторії й адаптації до динаміки тенденцій споживання інформації; впровадження нових технологічних інструментів і форматів, які трансформують роль журналістів в інформаційній системі суспільства шляхом використання інтерактивних елементів, візуалізації даних, віртуальної й доповненої реальності тощо; розвиток нових форм взаємин між журналістами та аудиторією – виникнення нових гібридних форматів та жанрів, де взаємовідносини будуються через коментарі, зворотний зв'язок, спільне створення контенту для створення більш інтерактивного та персоналізованого контенту [7, с. 1342–1347].

Цифрова трансформація журналістики має кілька важливих тенденцій (табл. 1), які найбільш повномірно відображають зміни, що відбуваються в сфері журналістики під впливом інформаційно-комунікаційних технологій. При цьому характерним є використання журналістами й медіаоргані-

заціями нових інструментів розширення аудиторії, створення привабливішого контенту та задоволення актуальних потреб користувачів.

Сучасні компанії активно використовують інструментарій, приведений у табл. 1. Компанія The Guardian, приміром, активно використовує великі дані та аналітику, збираючи дані про те, як користувачі взаємодіють з їхніми статтями, які теми викликають найбільший інтерес, і які заголовки та зображення привертають більше уваги. Patreon активно залучає інноваційні форми монетизації, надаючи платну форму для журналістів і творчих професіоналів, щоб останні могли отримувати фінансову підтримку від своєї аудиторії через донати чи передплату на ексклюзивний контент [10, с. 5–15].

Аналізуючи табл.1, необхідно зауважити ключові виклики переходу до цифрової стратегії розвитку журналістики. Передусім, це консерватизм та супротив керівництва щодо інтеграції іннова-

Таблиця 1

Основні тенденції розвитку журналістики в епоху цифровізації

Тенденція	Ключові особливості
Всеохоплююча інтерактивність	Взаємодія з аудиторією відбувається через голосування, коментарі, опитування та інші інтерактивні елементи, що забезпечує зворотний зв'язок, аналіз думок і включення аудиторії в процес формування новинного контенту
Візуалізація інформації	Активне використання графіків, карт, діаграм та інших елементів для наглядної презентації даних
Мультимедіа-апгрейд	Впровадження варіативних форматів медіа (текст, відео, графіка, аудіо, фото) для створення більш привабливого контенту
Трансформація жанрів та форматів	Авторські колонки, блоги, мікроблоги, стріми, подкасти, інфографіку, демомовники, веб-комікси та інші візуальні форми, що відображають динамічність мережевого простору та потреби сучасної аудиторії
Крос-медійність та крос-платформенність	Поєднання залучення різних платформ та медіаресурсів для поширення контенту та розширення аудиторії
Сторітеллінг	Використання різноманітних медіаформатів для мультимедійного подання розповіді, створення візуально привабливого інформаційного контенту
Датацентризм	Застосування систем збору, акумуляції та аналізу даних для формування персоналізованого інформаційного меседжу. Великі дані та аналітика надають доступ до аналізу трендів, прогнозування поведінки аудиторії та визначення успішності контенту.
Формування нових компетенцій журналістів	Розвиток навичок взаємодії з цифровими інструментами, управління даними, здатності до інноваційного мислення, освоєння нових форматів, адаптивності та креативного мислення тощо
Громадянська журналістика та участь громадян	Соціальні медіа та онлайн-платформи дозволяють громадянам ділитися інформацією та розповідями про події та проблеми, які часто залишаються поза полем зору традиційних медіа, що потребує фільтрації та верифікації інформації, здатності журналістів ефективно комунікувати з аудиторією та підтримувати довірчі відносини.
Експерименти з новими форматами монетизації	Краудфандинг, брендований контент, спонсорство і партнерства дозволяють забезпечити стабільне фінансування журналістської діяльності та доставку високоякісного контенту аудиторії.

Джерело: узагальнено авторами на основі [7, с. 1340-1350], [13, с. 1298-1316], [15, с. 28-35].

ційних підходів, а також внутрішня конкуренція між традиційними медіабізнесом і новими цифровими підрозділами [2, с. 32–35].

Існують загальні сучасні тренди, спільні для всіх ринків, які впливають на цифрову журналістику:

1) позиціонування журналістики як сервісу: цифровізація формує нові можливості для створення персоналізованого контенту на основі аналізу даних про поведінку і переваги аудиторії;

2) використання аналізу реакцій журналістами для оцінки ефективності власного контенту, визначення пріоритетних матеріалів та форматів їх подання, які залучають найбільше уваги аудиторії;

3) активний розвиток вузькоспеціалізованих медіаплатформ і видань, зосереджених на конкретних тематиках або нішевих аудиторіях, що дозволяє повніше висвітлювати певні теми;

4) real time контент, великі дані та штучний інтелект: режим реального часу та штучні нейронні мережі дозволяють швидко обробляти і фільтрувати інформацію;

5) створення цифрових видавництв: розповсюдження цифрових продуктів (подкасти, мобільні додатки, відеоконтент тощо), такі залучають інноваційні формати доставки контенту та монетизації, зокрема, рекламні платформи, підписки тощо;

6) розвиток онлайн-платформ: поширення та консолідація контенту відбувається найбільш активно на ресурсах соціальних мереж, відео-хостингах та інших онлайн-платформах;

7) інтеграція чат-ботів та розмовних інтерфейсів, що полегшує репрезентацію новин, надання відповідей на запитання користувачів та створення персоналізованого досвіду взаємодії з аудиторією;

8) поява нових рекламних форматів, зокрема, R&D (research and design), що дозволяють залучати інтерактивні оголошення, брендований контент і рекламу на мобільних пристроях;

9) верифікація контенту для перевірки достовірності та запобігання поширенню дезінформації та фейкових новин;

10) популяризація watchdog-журналістики, яка орієнтована на контроль і нагляд за діяльністю влади, бізнесу та інших сфер суспільства, для розкриття корупційних схем, випадків порушення прав людини та інших деструктивних суспільних явищ;

11) боротьба за увагу аудиторії: в умовах інформаційного шуму та потоку контенту виникає потреба в розробці журналістських стратегій захоплення та утримування уваги за допомогою

оригінальності матеріалу, високої якості та персоналізації [5, с. 95–98].

Особливої ролі набуває наразі креативність, що задовольняє вимоги цифрової трансформації журналістики щодо необхідності розробки інноваційних підходів до створення та представлення контенту. Креативні рішення забезпечують привернення та утримання уваги аудиторії, дозволяють створювати унікальний контент, експериментувати з новими форматами і жанрами. Креативність і діджитал-технології знаходять практичне втілення у використанні нових засобів творення журналістського контенту [11, с. 825–830].

Зокрема прикладом може слугувати віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR), що дозволяють аудиторії зануритися в події або місця, створювати інтерактивні та пізнавальні візуальні досліди. Так, видання The New York Times випустило VR-проект «The Displaced», який дозволяє глядачам зануритися в історії трьох дітей, які постраждали від глобальної міграції. Не зважаючи на те, що проект зіткнувся з низкою труднощів, було проєктом було продемонстровано обширні перспективи залучення віртуальної реальності до поля журналістики.

Іншим прикладом поєднання креативності та цифрових технологій слугує персоналізація контенту за допомогою алгоритмів машинного навчання та аналітичних інструментів для адаптації та рекомендації контенту. Зокрема, компанії Netflix та Spotify активно використовують алгоритми персоналізованих рекомендацій. Підхід дозволяє активізувати діяльність громадських журналістів та очевидців щодо висвітлення актуальних подій. Наприклад, CNN iReport дозволяє громадським журналістам завантажувати контент про події, очевидцями яких вони були, а YouTube дозволяє громадськості висловлювати власну позицію щодо певних подій [13, с. 1298–1310].

Комбінування креативності та сучасних технологій дозволяє розширити аудиторію, поглибити взаємодію з нею та нівелювати просторово-часові обмеження, залучаючи нові сегменти. Також, доступними стають велика гнучкість і швидкість у наданні новин в режимі реального часу, що забезпечує конкурентні переваги журналістського ресурсу. Креативне використання мультимедійних елементів, інтерактивності та візуалізації дозволяє створювати більш захоплюючі формати: спецпроекти, відеорепортажі, документальні серіали, інтерактивні статті, подкасти [9, с. 205–210].

Необхідно зауважити, що особливим впливом володіє наразі журналістська діяльність у соці-

альних мережах та у просторі медіаспоживання (рис. 1).

Найпоширенішими інформаційними платформами залишаються Telegram, YouTube і Facebook. Водночас, за останні роки зросла кількість респондентів, що не довіряють жодному джерелу інформації, адже медіапростір часто використовується як інфлюенсер, де поширюються відверті маніпуляції та дезінформаційний контент.

Очікується, що подальша цифрова трансформація журналістики буде зосереджена на наступній векторності:

1) інтеграція штучного інтелекту для автоматизації рутинних завдань (написання звітів, обробки даних чи редагування), створення персоналізованого контенту, що дозволить журналістам зосередити зусилля на творчих і аналітичних аспектах власної діяльності;

2) збільшення ролі відеоконтенту та стрімінгових платформ: відеорепортажі, відеоінтерв'ю, документальні фільми та трансляції в реальному часі будуть все більше приваблювати аудиторію, пропонуючи наочну та захоплюючу форму інформації, взаємодіяти з аудиторією в режимі реального часу;

3) розширення використання віртуальної та доповненої реальності для створення більш реалістичного та занурюючого середовища для передачі інформації, а також додавання додаткових шарів інформації до реальних об'єктів і локацій;

4) використання великих даних та аналітики для аналізу та прогнозування, визначення трендів, розуміння потреб аудиторії;

5) поступ гібридних моделей медіа-платформ, об'єднання різних форматів і каналів в єдиний адаптивний продукт (текст, формати відео, аудіо та інтерактивні елементи з подальшим поширенням через вебсайти, мобільні додатки та соціальні мережі);

6) інтеграція децентралізованих та блокчейн-технологій для поліпшення прозорості, безпеки та довіри в журналістиці: створення систем для підтвердження справжності контенту, боротьби з фейками та цензурою, створення незалежних інформаційних мереж.

В умовах активної цифрової трансформації журналістики особливої ваги набуває проблема етики та відповідальності. Питання приватності та захисту даних, боротьби з дезінформацією та забезпечення високих стандартів професіоналізму виходять на перший план. Необхідною стає розробка етичних фреймворків, політик та рекомендацій, які дозволять журналістам дотримуватись принципів чесної, коректної та безпечної професійної діяльності.

Необхідність перехресного контролю для формування журналістського поля високої якості створює сприятливі передумови для укріплення галузевих колаборацій та партнерств між виданнями, авторами, технологічними компаніями та

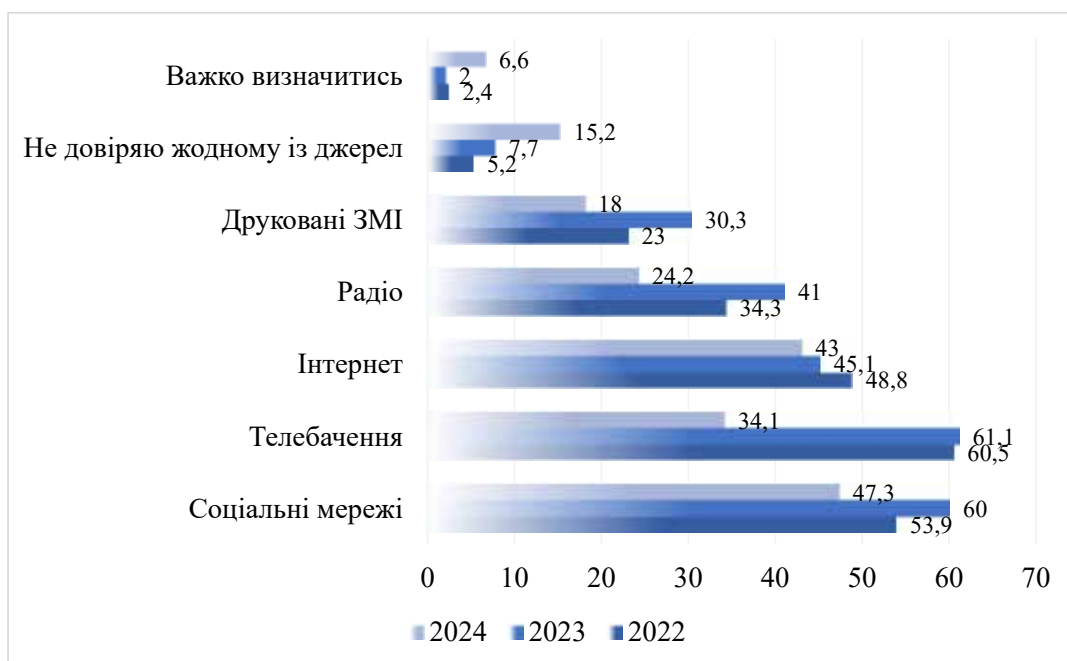


Рис. 1. Динаміка популярності інформаційно-комунікаційних ресурсів в Україні, 2022–2024 рр.

Джерело: сформовано авторами на основі [15].

іншими стейкхолдерами. Обмін ресурсами, експертними висновками, доступом до інноваційних технологій дозволить підвищити якість та достовірність журналістського контенту, сприятиме вдосконаленню компетенцій журналістів, підвищенню їх адаптивності та резильєнтності до динаміки цифрового середовища.

Висновки. Найбільш ефективним сценарієм трансформації сучасної журналістики вбачається інтегрований розвиток традиційного і цифрового напрямів, що зможе забезпечити синергетичний ефект у реалізації комплексу основних складових діяльності. Цифровий апгрейд формує низку потенційних можливостей та дотичних викликів. Змінюючи способи створення, розповсюдження та споживання контенту, трансформуючи способи взаємодії між журналістами та аудиторією, цифрова журналістика активно залучає медіа-форми (текст, аудіо, графіка, відео та фото), штучний інтелект, персоналізацію та великі дані.

Інноваційні інформаційно-комунікаційні технології дозволяють створювати унікальний контент, максимально візуалізувати інформацію, подати її у вигідній та доступній формі, розширити можливості взаємодії та обміну досвіду між

користувачами ресурсу, розвивати стійкі бізнес-моделі розвитку суб'єктів журналістського поля діяльності.

Серед дотичних до активної цифровізації журналістики викликів необхідно виділити ризики фейкових новин та маніпуляцій, що потребує розвитку критичного мислення та медіаграмотності як аудиторії, так і самих журналістів. Окрім того, на тлі цифрового апгрейду галузі зазнає динаміки статус журналістів: так, поява нових медіа-платформ та соціальних медіа супроводжується появою нових форм діяльності – блогерів, лідерів думок, інфлюенсерів, які одночасно виконують функції виробника та поширювача контенту. Зазначене змінює динаміку розвитку журналістики, актуалізуючи питання професійної етики та відповідальності.

Перспективи майбутніх досліджень вбачаються у розробленні концепції вдосконалення компетенцій з медіаграмотності та критичного мислення у сучасних журналістів та аудиторії, комплементарно вимогам цифрового часу, що дозволять ефективно справлятися з інформаційним потоком та якісно оцінювати контент. Також, необхідним є врегулювання етичних питань.

Список літератури:

1. Дослідження. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. *Опора*. 2024. URL: <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyy-rik-povnomasshtabnoyivyni-25292>
2. Дюжева К. Значення місцевих новинних платформ у розвитку цифрової комунікації в Україні. *Вісник Книжкової палати*. 2025. №4. С. 32–38. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.4\(345\).32-38](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.4(345).32-38)
3. Городенко Л. Медіа у системі мережевих комунікацій. Світ соціальних комунікацій. Т. 4. К. : КиМУ, ДонНУ, 2011. С. 8–11.
4. Ішук Ю. А., Варламова М. Л. Цифровізація видавничої справи як складової глобальних креативних індустрій. *Економіка і організація управління*. 2023. №4(52). С. 15–24. <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2023.4.2>
5. Литвиненко О. Проблеми цифрової трансформації українських корпоративних медіа. *Інтегровані комунікації*. 2024. №2 (18). С. 94–99. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/50986>
6. Шутяк Л. Особливості українського художнього репортажу в контексті нового журналізму. *Держава та регіони. Серія : соціальні комунікації*. 2014. № 1–2. С. 154–158.
7. Banshal S. K., Verma M. K., Yuvaraj M. Quantifying global digital journalism research : a bibliometric landscape. *Library Hi Tech*. 2022. №40(5). Pp. 1337–1358. <https://doi.org/10.1108/LHT-01-2022-0083>
8. Bradshaw P. *The online journalism handbook : Skills to survive and thrive in the digital age*. Routledge, 2023. 362 p. <https://doi.org/10.4324/9780429321566>
9. Ekström M., Lewis S. C., Westlund O. Epistemologies of digital journalism and the study of misinformation. *New Media & Society*. 2020. №22(2). Pp. 205–212. <https://doi.org/10.1177/1461444819856914>
10. García-Orosa B., López-García X., Vázquez-Herrero J. Journalism in digital native media : Beyond technological determinism. *Media and communication*. 2020. №8(2). Pp. 5–15. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2702>
11. Lopezosa C., Codina L., Fernández-Planells A., Freixa P. Journalistic innovation : How new formats of digital journalism are perceived in the academic literature. *Journalism*. 2023. №24(4). Pp. 821–838. <https://doi.org/10.1177/14648849211033434>
12. Orgeret K. S. Discussing emotions in digital journalism. *Digital Journalism*. 2020. №8(2). Pp. 292–297. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1727347>

13. Perreault G. P., Ferrucci P. What is digital journalism ? Defining the practice and role of the digital journalist. *Digital journalism*. 2020. №8(10). Pp. 1298–1316. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1848442>
14. Peruško Z., Čuvalo A., Vozab D. Mediatization of journalism : Influence of the media system and media organization on journalistic practices in European digital mediascapes. *Journalism*. 2020. №21(11). Pp. 1630–1654. <https://doi.org/10.1177/1464884917743176>
15. Reyes-de-Cózar S., Perez-Escolar M., Navazo-Ostua P. Digital competencies for new journalistic work in media outlets : A systematic review. *Media and communication*. 2022. №10(1). Pp. 27–42. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4439>

Lytvynska S. V., Herasymovych V. A., Herasymovych M. V. JOURNALISM IN THE ERA OF DIGITALIZATION: TRANSFORMATION OF FORMATS AND STYLES

New conditions of information and communication development create a challenge for traditional journalism, making it necessary to revise approaches to organizing journalistic activities. The dynamics of formats and styles require careful analysis and serve as an incentive for an expanded study of the problem. The article aims to investigate the impact of information and communication technologies on the dynamics of formats and styles in journalism in the context of digitalization. The main tasks include modeling the dynamics of trends in the digitalization of journalism in the future in the context of involving artificial intelligence, blockchain, big data, as well as combining different formats and channels into a single adaptive product. The study used methods of retrospective and systemic analysis, generalization, grouping and systematization, as well as statistical research and graphic presentation. The article identifies key aspects of the digital transformation of journalism: content production using multimedia elements, interactivity, data visualization; content distribution involving a range of online platforms, social media, mobile applications and other digital channels; audience interaction using digital tools (surveys, voting, discussions, online broadcasts, etc.) for effective feedback; analysis and use of data to obtain valuable insights for content personalization; innovative formats and genres (podcasts, video blogs, mobile applications, virtual and augmented reality, etc.) to attract and retain audience attention. The prospective dynamics of the digitalization of journalism in the context of the actualization of artificial intelligence and big data, the unification of various formats and channels into a single adaptive product are modeled. The need to upgrade the requirements for journalist competence in terms of the digitalization of the industry is highlighted. The novelty of the study lies in the structured approach to the digitalization of journalism, which allows assimilating various media formats, interactive graphics, data visualization to present information in a more attractive and clear form. The practical significance of the results is seen in optimizing interaction with the audience, increasing the trust and loyalty of content consumers by taking into account ethical and security concepts.

Key words: digital transformation, journalism, style, format, transformation, audience, creativity.

Дата надходження статті: 21.10.2025

Дата прийняття статті: 20.11.2025

Опубліковано: 29.12.2025