

SECTION 3. MEDIA ETHICS, MEDIA EDUCATION AND MEDIA LITERACY

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-627-0-3>

BALANCE BETWEEN TEXT AND VISUAL FORMATS: PRACTICES OF CRITICAL MEDIA CONSUMPTION

БАЛАНС ТЕКСТОВИХ І ВІЗУАЛЬНИХ ФОРМАТІВ: ПРАКТИКИ КРИТИЧНОГО МЕДІАСПОЖИВАННЯ

Kyianytsia Ye. O.

*PhD in Social Communications,
Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Journalism and Advertising
State University of Trade and
Economics
Kyiv, Ukraine*

Кияниця Є. О.

*кандидат наук із соціальних
комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики та
реклами
Державний торговельно-економічний
університет
м. Київ, Україна*

У сучасному медіапросторі споживання інформації набуває динамічних форм, що робить його ключовим чинником соціальної та культурної взаємодії. Актуальність цього явища зумовлюється не лише стрімким надходженням контенту через соціальні мережі, стрічки новин та месенджери, а й активною участю користувачів у його створенні, зокрема через: коментування, репости та лайки, які формують новий тип цифрового медіаагента, що одночасно виступає продуцентом і споживачем інформації. Сучасне медіаспоживання визначається певною узгодженістю між швидкістю й емоційністю, сенсорністю та критичним осмисленням, пасивним переглядом і активним творенням контенту, що робить особливо актуальним дослідження взаємодії різних форматів. Очевидно, що у цифрову епоху спостерігається зростання популярності аудіовізуального контенту – відео, стрімів, мемів, сторіз, подкастів – завдяки його оперативності, емоційній насиченості та адаптованості до мобільного сприйняття. Водночас текстові форми залишаються необхідними для глибокого аналізу, когнітивної інтеграції та критичного осмислення інформації, оскільки саме вони дозволяють структурувати думки, осмислювати складні ідеї та формувати аргументацію. Відтак, ефективне медіаспоживання в сучасному світі, має передбачати стратегічне поєднання аудіовізуальних та

текстових форматів, які взаємодоповнюють один одного: де перші забезпечують швидке емоційне залучення й сенсорне сприйняття, а другі – глибину аналізу та когнітивну автономію. Саме цим і обумовлена необхідність системного дослідження механізмів балансу між різними форматами контенту, що визначає ефективність культурної комунікації і формування свідомої громадянської позиції у цифровому середовищі.

Очевидна перевага візуальних форматів у сучасному медіаспоживанні послідовно підтверджується як глобальними, так і національними дослідженнями. Так, у звіті *Digital 2025 Global Overview* [7] фіксується стійке лідерство платформ із відео- та стрімінговим контентом, при цьому YouTube випереджає WhatsApp, Facebook, Instagram та TikTok за показниками активності користувачів, що свідчить про перетворення відео на ключовий формат цифрової взаємодії. У національному контексті дані *Gradus Research* [4], демонструють, що значна частина українських респондентів надає перевагу саме відеоконтенту (зокрема YouTube як джерелу розважальних матеріалів), тоді як соціальні мережі й месенджери поступаються за рівнем регулярного використання, причому зростання популярності відеоформатів простежується навіть серед старших вікових груп. Подібні висновки узгоджуються з результатами дослідження *Digital Media Trends* [2] компанії Deloitte, яке підкреслює, що соціальні відеоплатформи дедалі виразніше витісняють традиційне телебачення, формуючи нову медійну екосистему, орієнтовану на інтерактивність та персоналізований досвід. Додатково, у сфері освітніх і професійних практик пріоритетність візуальних і мультимедійних форматів підтверджується результатами емпіричного дослідження [9], які доводять, що саме інтерактивний та візуально орієнтований мікролернінг забезпечує вищий рівень залученості та ефективності засвоєння знань.

Хоча в цифровому середовищі дедалі більшого поширення набувають аудіовізуальні формати, текстові медіа не втрачають свої ролі як інструмент складнішої когнітивної діяльності, орієнтованої на аналітичне осмислення інформації, побудову смислових зв'язків і критичне переосмислення досвіду. Опрацювання тексту часто передбачає концентрацію уваги, когнітивне зусилля та внутрішній діалог, що сприяє формуванню навичок самостійного судження і здатності до критичного переосмислення. Тож, саме текст постає простором інтелектуальної роботи, де аналітичні механізми дозволяють не лише структурувати аргументи й виявляти суперечності, але й ініціюють глибинні рефлексивні процеси, спрямовані на переоцінку власних переконань. У цьому ж просторі реалізуються інтерпретаційні практики: взаємодія з багатозначними матеріалами формує когнітивну

гнучкість, відкриває можливість багаторівневого розуміння та поглиблює здатність до емпатії [10]. Наразі, результати емпіричних досліджень демонструють, що саме друковані формати часто забезпечують глибше засвоєння складних текстів, особливо серед молодшої аудиторії [3]. Проте незалежно від формату (друкований, електронний, мультимедійний) – текст продовжує виконувати фундаментальну когнітивну й культурну функцію, слугуючи противагою фрагментарності й поверховості інформаційного потоку. Але, у сучасному медіаландшафті, де аудіовізуальні формати посідають дедалі виразніше місце на відміну від тексту, ці два виміри не протистоять один одному, а радше інтегруються у спільному процесі медіаспоживання, забезпечуючи як емоційне занурення, так і аналітичне опрацювання змісту. Відтак актуалізується не питання переваги одного з форматів, а потреба у визначенні їхнього оптимального співвідношення, що відкриває простір для подальшого розгляду балансу текстових і аудіовізуальних практик у контексті критичного медіаспоживання і розвитку медіаграмотності в цілому. У цьому контексті доцільно виокремити низку правил балансування між текстовими та аудіовізуальними форматами, які забезпечують не лише ефективність медіаспоживання, а й розвиток критичного мислення, зокрема через:

- когнітивну комплементарність – усвідомлене поєднання текстових та аудіовізуальних форматів, при якому текст забезпечує аналітичне структурування знань, критичне осмислення та рефлексію, а візуально-інтерактивні засоби сприяють емоційному зануренню та наочному представленню складних концептів, створюючи умови для цілісного критичного медіаспоживання та розвитку аналітичної автономії користувача у цифровому середовищі [6];

- динамічну пропорційність – співвідношення текстових і візуальних форматів, що не є статичним, а визначається комунікаційними цілями, когнітивною підготовленістю та медіаспоживчими практиками аудиторії, де поєднання забезпечує аналітичне осмислення, емоційне занурення та інтеграцію нової інформації в наявні знання, підсилюючи критичне мислення та когнітивну гнучкість [5];

- ментальну екологію – здатність підтримувати інформаційну чистоту через обмеження шуму, маніпуляцій і дезінформації; розвивати когнітивну стійкість як уміння фільтрувати та структурувати знання; дотримуватися медіагігієни та дозованого споживання контенту; а також практикувати рефлексивність як критичне осмислення власних думок і сприйнятої інформації [1, с. 89];

- усвідомлений вибір – інтегративна здатність медіаспоживача критично аналізувати контент незалежно від його формату, виявляти фейки, емоційні пастки та маніпулятивні стратегії, орієнтуючись

на внутрішню логіку повідомлення, достовірність джерел та етичний контекст, що забезпечує формування критичного, рефлексивного та відповідального підходу до медіаінформації [8].

Отже, стає зрозумілим, що питання переваги одного формату над іншим не є критичною категорією; натомість центральним завданням виступає забезпечення гармонійного та інтегрованого поєднання текстових і аудіовізуальних медіа, оскільки саме такий баланс створює сприятливі умови для формування обізнаного медіаспоживача, здатного системно аналізувати інформацію та протидіяти маніпулятивним і агресивним комунікаційним впливам.

У підсумку, маємо наголосити, що сучасне медіаспоживання вимагає високого рівня когнітивного та рефлексивного залучення, оскільки цінність інформації визначається її здатністю трансформуватися у знання та сенсовий досвід, активуючи аналітичні, інтерпретаційні та рефлексивні механізми і формуючи критичне мислення, когнітивну автономію та здатність оцінювати достовірність і значущість джерел. У цьому контексті культура медіаспоживання постає як інтегрована компетентність, що включає усвідомлений вибір джерел, організацію інформаційного простору та системний аналіз контенту. Збалансоване поєднання текстових і аудіовізуальних форматів забезпечує як глибоку аналітичну обробку, так і ефективну емоційно-інтерактивну взаємодію з інформацією, створюючи умови для розвитку стійкої, критично мислячої та медіаграмотної аудиторії, здатної інтегрувати знання у практичні й соціокультурні контексти.

Література:

1. Кияниця Є. О. Медіалогія: соціальні комунікації : монографія. Київ : Державний торговельно-економічний університет, 2025. 400 с. DOI: <https://doi.org/10.31617/m.knute.2025-87>.
2. Deloitte Center for Technology, Media & Telecommunications. 2025 Digital Media Trends: Social platforms are becoming a dominant force in media and entertainment 2025. URL: <https://www2.deloitte.com/>.
3. Fontaine G., Zagury-Orly I., Maheu-Cadotte M.-A., Lapierre A., Thibodeau-Jarry N., de Denus S., Lordkipanidzé M., Dupont P., Lavoie P. A meta-analysis of the effect of paper versus digital reading on reading comprehension in health professional education. *American Journal of Pharmaceutical Education*. 2021. Vol. 85, № 10. P. 8525. DOI: <https://doi.org/10.5688/ajpe8525>.
4. Gradus Research. Ukrainians are increasingly choosing to consume news in video format 2023. URL: <https://gradus.app>

5. Kress G. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London : Routledge 2009. URL: <https://www.scribd.com/document/435394548/Gunther-Kress-Multimodality-A-Social-Semiotic-Approach-to-Contemporary-Communication-Routledge-2009-pdf>
6. Mayer R. E. *Cognitive Theory of Multimedia Learning*. In: Mayer R. (Ed.). *The Cambridge Handbook of Multimedia Learning*. Cambridge : Cambridge University Press, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139547369.005>.
7. Meltwater. *Digital 2025: AI accelerates, YouTube tops user charts, social ad spend soars and more*: Press release 2025. URL: <https://www.meltwater.com/en/about/press-releases/digital-2025-ai-accelerates-youtube-tops-user-charts-social-ad-spend-soars-and-more>
8. Sylvie G. *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect* (book review). 2016. DOI: [10.13140/RG.2.1.1066.7926](https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1066.7926).
9. Violot C., Elmas T., Bilogrevic I., Humbert M. *Shorts vs. Regular Videos on YouTube: A Comparative Analysis of User Engagement and Content Creation Trends* 2024. URL: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2403.00454>
10. Wolf M. *Reader, come home: The reading brain in a digital world*. New York : Harper 2018. URL: <https://www.harpercollins.com/products/reader-come-home-maryanne-wolf>