

УДК 070:78.05:004.774

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2025.31.347553>

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗВУКОВОГО ДИЗАЙНУ В ФОРМУВАННІ КРОСМЕДІЙНОГО ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ПРОДУКТУ

Сергій Азєєв,

старший викладач кафедри нових медіа та медіадизайну
факультету журналістики, реклами та видавничої справи
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
e-mail: s.azeev@onu.edu.ua; s.azeev@ukr.net
ORCID iD: 0000-0002-2643-6780

У статті досліджується синергетичний потенціал звукового дизайну в структурі кросмедійного журналістського продукту та його роль у формуванні цілісного аудіовізуального контенту. Актуальність теми зумовлена трансформаціями сучасного медіапростору, у якому журналістський контент дедалі частіше функціонує в межах різних платформ і форматів — від текстових матеріалів і мультимедійних лонгвідів до подкастів, відеосюжетів та інтерактивних історій. У таких умовах звук перестає виконувати виключно допоміжну або ілюстративну функцію, набуваючи статусу повноцінного виражального елементу медіаповідомлення.

Робота є спробою з'ясування особливостей використання звукового дизайну як інструмента синергії різних медійних складників у кросмедійній журналістиці. У статті виокремлюються ключові компоненти звукового дизайну — дикторський голос, звук синхронів, шумове оформлення, музичні елементи, звукові ефекти — та аналізується їхня взаємодія з візуальними й текстовими компонентами журналістського матеріалу. Окрема увага приділяється здатності звукового середовища посилювати емоційний вплив повідомлення, формувати атмосферу події та сприяти глибшому зануренню аудиторії в зміст матеріалу.

У роботі підкреслюється, що синергетичний ефект звукового дизайну проявляється в поєднанні різних медійних елементів, коли їхня взаємодія створює нову якість сприйняття інформації, недосяжну за умови використання кожного компонента окремо. Звукове оформлення в кросмедійних проєктах може виконувати функції структурування матеріалу, акцентування смислових вузлів, ритмізації оповіді та емоційного підсилення журналістського повідомлення.

Зроблено висновок, що ефективно використання звукового дизайну сприяє підвищенню виразності журналістського контенту, посиленню його комунікативного потенціалу та формуванню більш цілісного медійного досвіду для аудиторії. Результати дослідження можуть бути застосовані в практиці створення

мультимедійних журналістських матеріалів майбутніми фахівцями медіасфери, зокрема під час викладання навчальних дисциплін, пов'язаних із аудіовізуальною журналістикою, мультимедійним сторітелінгом та кросмедійними комунікаціями. Особливо корисним вбачається використання цього матеріалу в практичній діяльності навчальних журналістських редакцій факультету журналістики, реклами та видавничої справи ОНУ імені І. І. Мечникова, що працюють над створенням кросмедійних проєктів.

Ключові слова: звуковий дизайн, кросмедійність, синергетичний потенціал, журналістський продукт, медіаконвергенція, сторітелінг, відеомонтаж, аудіовізуальний контент, аудіовізуальні комунікації, іммерсивність звуку.

Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими й практичними завданнями. У сучасному медіапросторі, позначеному стрімкою цифровізацією, наявністю потужного інтернет-зв'язку та розвитком кросмедійної тенденції, відбувається трансформація традиційних підходів до створення журналістського контенту. Кросмедійність як головна характеристика новітніх медіа передбачає інтеграцію різних видів контенту — тексту, звуку, статичного та динамічного зображення — в єдину комунікативну структуру. У цьому контексті звуковий дизайн набуває особливого значення не лише як допоміжний елемент, а як повноцінний смислотворчий компонент, здатний посилювати емоційний вплив, структурувати інформацію та формувати цілісність сприйняття медіапродукту.

Попри зростання ролі аудіальних практик у журналістиці, питання синергетичної взаємодії звукового дизайну з іншими елементами кросмедійного продукту залишаються недостатньо розробленими у вітчизняному журналістикознавстві. Відтак, актуальність дослідження зумовлена потребою теоретичного осмислення та практичного аналізу потенціалу звукового дизайну як дієвого чинника формування ефективного кросмедійного журналістського продукту.

Незважаючи на активний розвиток мультимедійної журналістики, у сучасній науковій та освітній практиці простежується недостатньо ґрунтовний підхід до використання звуку: він часто розглядається як технічний складник, а не як один із головних елементів медіаповідомлення. Такий підхід може значно обмежувати потенціал аудіальних засобів у процесі створення кросмедійного продукту. Недостатньо дослідженими залишаються принципи його функціонування в структурі кросмедійного журналістського продукту.

Таким чином, це дослідження відповідає актуальним завданням журналістикознавства та покликане сприяти розширенню наукових уявлень про функціональні можливості звукового дизайну в структурі сучасного журналістського продукту.

Практичне значення роботи в освітньому контексті полягає, насамперед, у можливості використання її результатів у навчальному процесі підготовки майбутніх фахівців зі спеціальності «Журналістика».

Мета дослідження. Стаття має за мету дослідити функціональні можливості звукового дизайну в структурі кросмедійного журналістського продукту, з'ясувати його вплив на формування повноти аудіовізуального контенту та окреслити ефективні засоби інтеграції звукового матеріалу в мультимедійний продукт.

Дослідження спрямоване також на виявлення оптимальних підходів до створення та редагування якісного звукового контенту в межах діяльності кросмедійних лабораторій факультету журналістики, реклами та видавничої справи ОНУ імені І. І. Мечникова.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проаналізувавши бібліографічний аспект нашого дослідження, можна констатувати часткове зростання наукового інтересу до звукового дизайну як складника мультимедійної та кросмедійної журналістики. Причину цього вбачаємо в інтенсивній трансформації цифрового медіасередовища та розвитку нових форматів аудіовізуального сторітелінгу.

Сучасні наукові розвідки зарубіжних дослідників фокусуються насамперед на проблемі іммерсивності та наративної функціональності звуку. Дослідження мультимедійного сторітелінгу демонструють, що поєднання тексту, відео та аудіо сприяє глибшому зануренню аудиторії в події, причому звук виступає важливим інструментом моделювання емоційного досвіду та перспективи сприйняття [9]. У цьому контексті особливої уваги набувають праці, присвячені аудіонаративам і подкастингу, де звуковий дизайн розглядається як ключовий чинник виразності та довіри до журналістського матеріалу [8].

Окремий напрям становлять дослідження іммерсивної журналістики та просторового звуку. Зокрема, аналіз використання багатоканального аудіо засвідчує його здатність формувати ефект «присутності» та залучати реципієнта до подієвого простору, хоча водночас підкреслюється недостатня теоретична розробленість цієї проблематики [9].

Новітні дослідження також акцентують увагу на технологічних трансформаціях звукового дизайну. Зокрема, розвиток автоматизованого створення звукових ефектів (Foley) за допомогою штучного інтелекту відкриває нові можливості для виробництва мультимедійного контенту та оптимізації редакційних процесів [5]. Паралельно розглядаються питання використання аудіо у доповненій реальності та інтерактивних середовищах, де звук виступає чинником підвищення залученості та дослідницької активності аудиторії [6].

У вітчизняному науковому дискурсі увага зосереджується на прикладних аспектах функціонування звуку в журналістиці, зокрема на типології та функціях музичних заставок, джінглів і аудіоідентифікаторів у новинному контенті, що підкреслює їхню роль у структуризації інформації та формуванні впізнаваності медіапродукту [4].

Водночас аналіз наукових джерел дозволяє виявити низку не вирішених аспектів, зокрема фрагментарність досліджень кросмедійної інтеграції звуку, недостатню увагу до синергетичної взаємодії аудіо- та візуальних компонентів у межах єдиної мульти-

медійної оповіді. Це зумовлює потребу в подальших комплексних дослідженнях, спрямованих на системне осмислення ролі звукового дизайну в сучасних медіапрактиках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Третє десятиріччя цифрової епохи відкрило безмежні функціональні можливості для різних видів інформації, трансформованих у «цифру». Якщо говорити про аудіоконтент, то тут можемо констатувати певний двобічний вплив цифрової експансії на якісний рівень сприймання звукового складника аудиторією. Адже з одного боку це потужний потенціал цифрового інструментарію для створення та редагування якісних мультиаспектних звукових схем, а з іншого — певна легковажність користувачів у сприйнятті та розрізненні якісного звуку, спричинена тотальною доступністю найдешевших гаджетів та аксесуарів для його малоякісного відтворення. До того ж, дається взнаки певна відсутність повноцінного контролю за якістю аудіального складника, очевидно, спровокована складним соціальним становищем воєнної дійсності. Проте виокремлюємо й інший бік медалі: «У ситуації послабленого контролю над якістю медіапродукції, аудіовізуальні засоби дедалі частіше слугують не доповненням до тексту, а ключовим носієм смислових підстановок, які спрямовані на формування заданої інтерпретації подій» [1, 117–118].

Сучасний етап розвитку журналістики характеризується активною трансформацією медіапрактик у напрямку мультимедійності, кросмедійності та інтеграції різних каналів комунікації. У цьому контексті звуковий дизайн набуває статусу не лише технічного інструмента, а й повноцінного семіотичного ресурсу, що бере участь у конструюванні журналістського продукту. Його функціонування доцільно розглядати в межах синергетичної моделі, де звук взаємодіє з візуальними та текстовими компонентами, формуючи єдиний смисловий простір.

Звуковий дизайн у структурі кросмедійного продукту виконує кілька взаємопов'язаних функцій. По-перше, це *смислотворча* функція, яка реалізується через використання звукових образів, атмосферних шумів, музичних тем і тембральних характеристик голосу. По-друге, *емоційно-експресивна* функція, що забезпечує залучення аудиторії та формування емпатійного зв'язку з матеріалом. По-третє, *структурно-навігаційна* функція, яка проявляється у використанні аудіомаркерів (джинглів, перебивок, звукових акцентів), що організовують сприйняття інформації. Власне, звуковий дизайн, як зазначається в сучасних дослідженнях, передбачає створення не лише реалістичних, а й умовних звукових образів, що формують нову аудіовізуальну реальність.

У кросмедійній журналістиці звук функціонує як інтегративний елемент, який здатен поєднувати різні платформи — відео, подкасти, соціальні мережі, лонгриди. Саме завдяки звуковому компоненту забезпечується ефект присутності та занурення, що є визначальним для сучасного мультимедійного сторітелінгу. Водночас ефективність звукового дизайну значною мірою залежить від рівня професійної підготовки журналістів, зокрема їхніх навичок роботи зі звуком у різних медіаформатах.

Досягнення високої якості звукового складника в кросмедійній журналістиці є результатом комплексної взаємодії технічних, технологічних і творчих чинників. У межах кросмедійного виробництва звук розглядається не лише як додаток до зображення чи тексту, а як самостійний інструмент смислотворення, що потребує професійного підходу на всіх етапах — від запису до постпродакшну.

Передусім якість звуку забезпечується *правильним вибором технічних засобів*. У журналістській практиці використовуються різні типи мікрофонів залежно від завдань: петличні (lavaliere) — для інтерв'ю та стендапів, спрямовані (shotgun) — для репортажної зйомки, конденсаторні — для студійного запису. Важливу роль відіграють портативні рекордери, аудіоінтерфейси та навушники закритого типу, що дозволяють здійснювати контроль якості звуку під час запису. Використання зовнішніх мікрофонів замість вбудованих у камери чи смартфони є базовим стандартом професійного виробництва.

Не менш значущими є *умови запису та акустичне середовище*. Якісний звук передбачає мінімізацію фонових шумів, реверберації (відлуння) та перешкод. Це досягається як вибором відповідної локації, так і використанням додаткових засобів — вітрозахисту (deadcat), поп-фільтрів, акустичних панелей або імпровізованих рішень (м'які поверхні, текстиль). У польових умовах журналісти мають оперативну оцінювати звукову ситуацію та адаптуватися до неї, що є важливою професійною компетентністю.

Наступним етапом є *дотримання технології запису*. Серед ключових принципів — правильне розміщення мікрофона (на оптимальній відстані до джерела звуку), контроль рівнів гучності (уникнення надмірно тихого запису), запис у відповідних форматах (зокрема WAV із високою частотою дискретизації) та використання дублюючих каналів звуку для підстрахування. В аудіовізуальній журналістиці поширеною практикою є запис звуку на окремий пристрій із подальшою синхронізацією.

Особливе значення має *етап постпродакшну*, який включає редагування та обробку звуку. Сучасні програмні засоби, такі як Adobe Audition, численні мобільні застосунки дозволяють здійснювати комплексну обробку шумозниження (noise reduction), еквалізацію (EQ) для балансування частот, компресію для вирівнювання динамічного діапазону, нормалізацію гучності відповідно до стандартів мовлення (-6 dB), монтаж звукових фрагментів і синхронізацію з відео.

Крім технічної обробки, важливою є *звукова драматургія матеріалу*. Йдеться про усвідомлене використання музики, шумів і пауз як виражальних засобів. Наприклад, атмосферні звуки (ambience) створюють ефект присутності, тоді як музичний супровід задає емоційний тон і ритм сприйняття. Водночас надмірне або невмотивоване використання звукових ефектів може знижувати якість матеріалу, тому ключовим є принцип доцільності.

У сучасній журналістиці також активно впроваджуються *інструменти на основі штучного інтелекту*, які автоматизують окремі процеси: очищення звуку, покращення мовлення, видалення шумів і навіть синтез голосу. Такі сервіси, як дозволя-

ють оптимізувати виробництво контенту, однак потребують критичного контролю з боку журналіста для збереження автентичності матеріалу.

Важливим чинником якості є також *редакційні стандарти та уніфікація звуку*. У кросмедійних редакціях формується впізнаваний аудіостиль, що включає використання однакових рівнів гучності, музичних тем, джінглів та інтонаційних моделей. Це сприяє формуванню бренду медіа й підвищує довіру аудиторії. Прикладом може слугувати діяльність лабораторії кросмедійних технологій та аудіовізуальне наповнення офіційного ютуб-каналу факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова [7].

У цьому аспекті досвід підготовки здобувачів освіти на факультеті журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова є показовим. Освітній процес тут має виразну практико-орієнтовану спрямованість і передбачає активне залучення студентів до створення реального медіаконтенту, у тому числі аудіовізуального. Як зазначається в характеристиках освітньої програми, підготовка майбутніх журналістів охоплює опанування мультимедійних форматів, нових медіа та сучасних технологій виробництва контенту [2].

У контексті освітнього процесу на факультеті журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова зазначені підходи реалізуються через поєднання теоретичної підготовки та практичної діяльності. Студенти опановують як базові принципи запису, так і сучасні інструменти обробки звуку, застосовуючи їх у роботі кросмедійних редакцій і під час створення контенту для ютуб-каналу факультету. Це дозволяє сформувати цілісне розуміння звукового дизайну як невід'ємного складника професійної журналістської діяльності.

Практичний складник підготовки реалізується через діяльність студентських кросмедійних редакцій, у межах яких здобувачі освіти створюють мультимедійні матеріали для різних платформ. Зокрема, значну роль відіграє робота над наповненням офіційного ютуб-каналу факультету, де студенти виконують повний цикл аудіовізуального виробництва: від розроблення ідеї та сценарію до запису, монтажу та звукового оформлення відеоматеріалів. Факультет журналістики, реклами та видавничої справи ОНУ імені І. І. Мечникова виступає в цьому випадку не лише освітнім середовищем, а й своєрідною медіалабораторією, де відбувається апробація сучасних підходів до звукового дизайну.

Особливу увагу приділено формуванню практичних навичок роботи зі звуком у межах профільних навчальних дисциплін. Так, курс «Аудіовізуальна журналістика» орієнтований на засвоєння принципів поєднання звукового та візуального рядів, формування навичок запису «чистих» синхронів, роботи з шумовими ефектами та музичним супроводом. Студенти вчать аналізувати звукову драматургію матеріалу та використовувати звук як засіб підсилення змісту.

У межах дисципліни «Новітні медіа» увага акцентується на адаптації звукового контенту до цифрових платформ, зокрема створенні подкастів, аудіоверсій матері-

алів, інтеграції звуку в мультимедійні лонгріди. Тут звук розглядається як елемент інтерактивної комунікації та інструмент персоналізації контенту.

Курс «Технічні засоби медіавиробництва» забезпечує опанування технологічного аспекту звукового дизайну: роботу з мікрофонами, рекордерами, звуковими інтерфейсами, програмним забезпеченням для монтажу та обробки аудіо. Студенти набувають компетентностей у сфері запису, редагування та постпродакшну звуку, що є необхідною умовою створення якісного медіапродукту.

Водночас дисципліна «Журналістська майстерність», зокрема реалізована як навчальна редакція з наповнення офіційного ютуб-каналу FJ Inform та пресслужба факультету, інтегрує роботу зі звуком у загальну систему професійних навичок журналіста. Тут звук постає як інструмент вираження авторської позиції, засіб побудови нарративу та створення довіри до матеріалу через якісний голосовий супровід, інтонацію та акустичну атмосферу.

Важливим аспектом освітнього процесу є поєднання теоретичних знань із практикою. Студенти факультету регулярно створюють журналістські матеріали, що публікуються на офіційних ресурсах факультету, включаючи сайт і цифрові платформи [3]. Це сприяє формуванню не лише технічних навичок, а й розуміння ролі звуку як елементу редакційної політики та брендингу медіа.

Таким чином, освітній досвід факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова демонструє ефективну модель інтеграції звукового дизайну в систему підготовки майбутніх журналістів. Залучення студентів до роботи в кросмедійних редакціях, виробництва контенту для ютуба та інших платформ, а також системне вивчення аудіовізуальних дисциплін формує у них комплексне розуміння ролі звуку в сучасному медіапросторі.

У підсумку можна констатувати, що звуковий дизайн у журналістиці постає як багатомірний феномен, який поєднує технологічний, комунікативний та творчий аспекти. Його ефективне використання можливе лише за умови інтеграції в усі етапи створення медіапродукту — від задуму до фінальної реалізації — що й підтверджується сучасними освітніми практиками підготовки журналістів.

Висновки та перспективи дослідження. Узагальнення результатів дослідження дає підстави стверджувати, що звуковий дизайн є не допоміжним, а системоутворювальним компонентом кросмедійного журналістського продукту. Він виконує низку ключових функцій — смислотворчу, емоційно-виразну, структурну та навігаційну — забезпечуючи цілісність аудіовізуального нарративу й підсилюючи ефективність комунікації з аудиторією. Встановлено, що інтеграція звукових елементів із візуальними та текстовими складниками формує синергетичний ефект, який підвищує рівень залученості, сприяє кращому розумінню змісту та поглиблює інтерпретацію медіатексту.

Водночас виявлено, що сучасні практики використання звуку в журналістиці часто залишаються недостатньо професійно реалізованими, що знижує потенційну ефективність аудіовізуальних продуктів.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробленням цілісної моделі звукового дизайну в журналістиці, яка враховуватиме специфіку різних платформ і форматів. Актуальним є також вивчення впливу інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту, багатоканального та інтерактивного звуку, на трансформацію журналістських практик.

Щодо роботи зі звуком в освітньому середовищі, то тут, на наш погляд, окремого розвитку потребують дослідження аудиторного сприйняття аудіоматеріалу, а також вироблення практичних рекомендацій щодо ефективного застосування якісного звуку в створенні мультимедійних і кросмедійних продуктів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мусієнко Ольга. Аудіовізуальний контент як інструмент впливу: етичні виклики цифрового медіасередовища. *Науковий вісник КНУТКіТ ім. І. Карпенка-Карого*. №36. Київ, 2025. С. 117–123.
2. Навчальні плани та освітні програми. *Факультет журналістики, реклами та видавничої справи* [офіційний сайт]. URL: <https://fj.onu.edu.ua/osvitnij-navigator/navchalnyj-gid/navchalni-plany-ta-osvitni-programy/> (дата звернення: 12.11.25).
3. Офіційний сайт факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. URL: <https://fj.onu.edu.ua/>
4. Різун Арсен. Музичні новинні заставки на радіо: огляд літератури. *Наукові записки Інституту журналістики*. Том 86. № 1. Київ, 2025. С. 172–187. URL: <https://nz.knu.ua/uk/article/view/3813/3321> (дата звернення: 21.11.25).
5. Choi, Keunwoo; Im, Jaekwon; Heller, Laurie; McFee, Brian; Imoto, Keisuke; Okamoto, Yuki; Lagrange, Mathieu; Takamichi, Shinosuke. *Foley Sound Synthesis at the DCASE 2023 Challenge*. *Cornell University*. April 25, 2023. URL: <https://arxiv.org/abs/2304.12521>? (дата звернення: 12.11.25).
6. Cliffe, Laurence; Mansell, James; Cormac, Joanne; Greenhalgh, Chris; Hazzard, Adrian. *The Audible Artefact: Promoting Cultural Exploration and Engagement with Audio Augmented Reality*. *Cornell University*. December 11, 2024. URL: <https://arxiv.org/abs/2412.08676>? (дата звернення: 05.11.25).
7. FJ Inform [відео]. *Youtube*. URL : https://www.youtube.com/@FJinform_Mechnikov.
8. *Radio Journal:International Studies in Broadcast & Audio Media — Radio and Sound in the Platform Age: Special Issue from ECREA 2023*. *Intellect Discover*. October, 2024. URL: <https://intellectdiscover.com/content/journals/rj/22/2/>? (дата звернення: 12.11.25).
9. Van Krieken, Kobie. *Multimedia Storytelling in Journalism: Exploring Narrative Techniques in Snow Fall*. *MDPI*. May 16, 2018. URL: <https://www.mdpi.com/2078-2489/9/5/123>? (дата звернення: 10.11.25).

UDC 070:78.05:004.774

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2025.31.347553>

SYNERGISTIC POTENTIAL OF SOUND DESIGN IN THE FORMATION OF A CROSS-MEDIA JOURNALISTIC PRODUCT

Serhii Azieiev,

Senior Lecturer at the Department of New Media and Media Design

Odesa I. I. Mechnikov National University

e-mail: s.azeev@onu.edu.ua; s.azeev@ukr.net

ORCID iD: 0000-0002-2643-6780

The article focuses on the synergistic capabilities of sound design within cross-media journalistic production and its contribution to the development of a unified audiovisual narrative. The relevance of this topic stems from the ongoing shifts in the modern media environment, where journalistic content is increasingly distributed across diverse platforms and formats — including written texts, multimedia longreads, podcasts, video stories, and interactive formats. In this context, sound transcends its traditional supportive or illustrative role and emerges as an essential expressive element of media communication.

The study seeks to explore how sound design functions as a mechanism for integrating various media components within cross-media journalism. It identifies the principal elements of sound design — such as voice-over narration, synchronous sound, ambient and background audio, musical layers, and sound effects — and examines how these interact with visual and textual aspects of journalistic content. Particular emphasis is placed on the role of sound in intensifying emotional perception, shaping the atmosphere of events, and fostering deeper audience immersion.

The article argues that the synergistic value of sound design lies in the interplay of different media elements, whose combination produces a qualitatively new level of audience perception that cannot be achieved when each component operates in isolation. Within cross-media projects, sound design can fulfill multiple roles, including structuring the narrative, emphasizing key semantic elements, organizing rhythm, and amplifying the emotional impact of the message.

The study concludes that the deliberate and well-considered use of sound design enhances the expressive qualities of journalistic content, strengthens its communicative effectiveness, and contributes to a more integrated media experience. The findings may be utilized in the creation of multimedia journalistic content by future media professionals, particularly within educational courses focused on audiovisual journalism, multimedia storytelling, and cross-media communication. These approaches are especially valuable in the practical activities of student newsrooms at the Faculty of Journalism, Advertising,

and Publishing of Odesa I. I. Mechnikov National University, where cross-media projects are actively developed.

Keywords: sound design, cross-media, synergetic potential, journalistic product, media convergence, storytelling, video editing, audiovisual content, audiovisual communications, sound immersion.

REFERENCES:

1. Musienko, O. (2025) Audiovisualnii content jak instrument vplyvu: etychni vyklyky cyfrovogo mediaseredovyshcha [Audiovisual content as a tool of influence: ethical challenges of the digital media environment]. *Naukovi visnyk KNUTKiT im. I. Karpenka-Karogo*. issue 36. pp. 117–123 [In Ukrainian].
2. Navchalni plany ta osvityny programy [Curricula and educational programs]. *Faculty of Journalism, Advertising and Publishing* [official website]. URL: <https://fj.onu.edu.ua/osvitynij-navigatori/navchalnyj-gid/navchalni-plan-y-ta-osvityni-programy/> (accessed: 12.11.25) [In Ukrainian].
3. Official website of the Faculty of Journalism, Advertising and Publishing of the I. I. Mechnikov Odessa National University. URL: <https://fj.onu.edu.ua/> [In Ukrainian].
4. Rizun, A. (2025) Muzychni novynni zastavky na radio: oghad literatury [Musical news screensavers on the radio: a literature review]. *Naukovi zapysky Instytutu jurnalistyky*. V. 86. issue 1. pp. 172–187. URL: <https://nz.knu.ua/uk/article/view/3813/3321> (accessed: 21.11.25) [In Ukrainian].
5. Choi, K.; Im, J.; Heller, L.; McFee, B.; Imoto, K.; Okamoto, Y.; Lagrange, M.; Takamichi, Sh. (2023) Foley Sound Synthesis at the DCASE 2023 Challenge. *Cornell University*. URL: <https://arxiv.org/abs/2304.12521?> (accessed: 12.11.25) [In English].
6. Cliffe, L.; Mansell, J.; Cormac, J.; G., Ch.; Hazzard, A. (2024) The Audible Artefact: Promoting Cultural Exploration and Engagement with Audio Augmented Reality. *Cornell University*. URL: <https://arxiv.org/abs/2412.08676?> (accessed: 05.11.25) [In English].
7. FJ Inform [відео]. *Youtube*. URL : https://www.youtube.com/@FJinform_Mechnikov (accessed: 12.11.25) [In English].
8. Radio Journal:International Studies in Broadcast & Audio Media — Radio and Sound in the Platform Age: Special Issue from ECREA 2023 (2024). *Intellect Discover*. URL: <https://intellectdiscover.com/content/journals/rj/22/2?> (accessed: 12.11.25) [In English].
9. Van Krieken, K. (2018) Multimedia Storytelling in Journalism: Exploring Narrative Techniques in Snow Fall. *MDPI*. URL: <https://www.mdpi.com/2078-2489/9/5/123?> (accessed: 10.11.25) [In English].