

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО СТОРІТЕЛІНГУ
В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ ПРОЄКТІВ
"ІСТОРІЯ ЄВРОМАЙДАНУ" ТА "НАШІ 30")**

Кваліфікаційна робота
студентки 2 курсу, групи ЛЗМЖ-21,
другого (магістерського) рівня
вищої освіти
спеціальності 061 «Журналістика»
Сергієнко Ірини Сергіївни

Керівник:
Драчова Олександра Павлівна,
кандидат наук із соціальних
комунікацій, доцент

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1	
МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ СТОРІТЕЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ	
СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	5
1.1. Поняття «мультимедійний сторітелінг».....	5
1.2. Роль методу мультимедійного сторітелінгу в сучасній журналістиці....	12
1.3. Особливості побудови мультимедійної історії та її основних елементів..	16
РОЗДІЛ 2	
ЗАСОБИ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО СТОРІТЕЛІНГУ	
ПРОЕКТУ «ІСТОРІЯ ЄВРОМАЙДАНУ».....	24
РОЗДІЛ 3	
СТРУКТУРА МУЛЬТИМЕДІЙНОГО СТОРІТЕЛІНГУ	
ПРОЕКТУ «НАШІ 30».....	35
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

З появою та розвитком новітніх технологій, зокрема Інтернету, життя людства докорінно змінилося. Реформувався характер та формат міжособистісної комунікації, інтереси та смаки сучасної аудиторії. Звісно зміни торкнулися і засоби масової інформації, які мали вчасно реагувати та переглядати власні стратегії, «поставити на нові рейки» власні підходи в обробці та поширенні інформації. Вони мали звикнути до епохи мультимедійної журналістики. Окрім зовнішнього вигляду та впливу технологій, текст, як результат роботи журналіста, мав відповідати новим вимогам. Йому вдалося вийти за межі традиційних форм: газетної статті, радіопередачі, телепродукту тощо. Так з'явився новий формат – мультимедійна історія, де поєдналися текст та аудіовізуальні елементи.

Актуальність дослідження полягає у тому, що формування мультимедійної журналістики ще триває. Навіть сьогодні не відомо куди приведе цей процес і масштабні зміни традиційних форматів ЗМІ. Або він повністю заволодіє увагою аудиторії та буде розвиватися згідно з її смаками, або навпаки, мультимедійні складові перевантажать матеріал настільки, що вона втратить інтерес.

Мета дослідження передбачає визначення рівня розвитку методу мультимедійного сторітелінгу в українській журналістиці.

Тому перед нами були поставлені наступні завдання:

- 1) дослідити поняття «мультимедійний сторітелінг» та «мультимедійна історія»;
- 2) з'ясувати роль мультимедійного сторітелінгу у сучасній журналістиці;
- 3) виявити особливості побудови мультимедійної історії та її основних елементів;
- 4) відстежити використання методу мультимедійного сторітелінгу в українській журналістиці на прикладі проектів «Історія Євромайдану» та «НАШІ 30».

Об’єктом дослідження є мультимедійна історія у медіа.

Предмет дослідження – мультимедійні проекти «Історія Євромайдану» та «Наші 30».

Методи дослідження зумовлені метою, завданнями та специфікою даного дослідження. Основними методами є описовий, порівняльний, історичний, аналізу та синтезу, узагальнення, метод систематизації. Завдяки описовому методу було показано наповнення мультимедійних історій, їхні особливості, переваги та недоліки. Порівняльний метод було застосовано під час порівняння обох мультимедійних історій, для того щоб з’ясувати чи відбулися зміни у розвитку мультимедійного сторітелінгу в українській журналістиці. А також зрозуміти чи змінився підхід до створення історій. Метод систематизації було застосовано для створення двох баз даних з мультимедійних проектів, які досліджуються у роботі. У них були систематизовані структурні елементи кожної історії, вказані їхні види та кількість.

Структура роботи включає вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел та додатки.

РОЗДІЛ 1

МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ СТОРІТЕЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Поняття «мультимедійний сторітелінг» та «мультимедійна історія»

Останнім часом людство спостерігає помітні зміни у інформаційному полі та засобах масової інформації. Це пов'язано з розвитком цифрових технологій, накопиченням численних знань у різних сферах життя, зростанням ролі Інтернету як у міжособистісних, так і професійних комунікаціях. Тому робота сучасного журналіста все більше переходить на простори всесвітньої мережі, та вимагає нових навичок та умінь. Науковці по-різному називають сучасну стадію розвитку соціуму, наприклад: «інформаційне суспільство», «постіндустріальне», «суспільство третьої хвилі», «електронне», «інформаційно-комп'ютерне», «інформаціональне»¹.

Визначення «інформаційне суспільство» народилось у 60-х роках ХХ століття, коли науковці зрозуміли те, що технологічний прогрес вплинув на внутрішні процеси у суспільстві, його структурні особливості. Різко зріс вплив інформації на різні сфери життя: економіку, політику, культуру і т.д. Термін «інформаційне суспільство» за змістом наближений до визначення – «постіндустріальне суспільство», сформульованого у рамках теорії модернізації відомого соціолога Д. Белла. Він виокремлює три етапи розвитку суспільства: аграрний, індустріальний та постіндустріальний. У останньому – Д. Белл вбачає високу роль інформаційного компоненту у соціальних зв'язках, і виокремлює головну цінність – знання².

Японський дослідник Й. Масуда вважає, що інформаційне суспільство конструює власне життя на комп'ютерних технологіях, а той прогрес, якого воно досягло, відбувся завдяки зростанню інтелектуальної праці. На його думку, такий соціум має бути безкласовим та уникати будь-яких конфліктів,

¹ Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник, ЗНТУ, Запоріжжя, 2017. С. 7.

² Там само. С. 8.

бо знання, як головна цінність, і є вирішенням будь-яких суперечок. Американський соціолог Е. Тоффлер погоджується з поділом на три стадії розвитку суспільства, але вбачає в них певні «хвилі». У «першу хвилю» інформація передавалася з уст в уста, її носієм виступала людина. Під час «другої хвилі» такими носіями стали засоби масової інформації – численні газети, журнали, а також кіно та радіо, і вже потім телебачення. «Третя хвиля» ж приносить нові наукові знання, що передбачають злиття різних типів інформаційних носіїв. Також створюється нове інтелектуальне середовище, засноване на комп'ютерних технологіях, яке вимагає від науки та інформації більшого¹.

Термін «електронного суспільства» сформулював канадський філософ Г. М. Маклюен. У такому соціумі головна роль належить електронним та аудіовізуальним засобам масової інформації, у першу чергу телебаченню, що поступово має витіснити друковані носії та створити масову культуру і колективну свідомість усіх людей планети. Загалом, соціологи, філософи, публіцисти наголошують на тому, що у інформаційному суспільстві головну роль відіграють медіа нового типу. Вони докорінно змінюють зовнішній вигляд сучасної журналістики та ЗМІ².

Основними процесами трансформації сучасних ЗМІ дослідники називають: дигіталізацію, конвергенцію, глобалізацію та диверсифікованість. Дигіталізація, у перекладі з англійської – оцифровування, передбачає переведення інформації у цифровий формат. Конвергенція, тобто «злиття» – це інтеграція медіаплатформ заради спільного виробництва та розповсюдження медійного матеріалу. Глобалізація передбачає доступ до численних джерел, та стирає будь-які кордони у питаннях комунікації. Диверсифікованість – це процес, що структурує медіа, з метою поширення на

¹ Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник, ЗНТУ, Запоріжжя, 2017. С. 8-9.

² Там само. С. 9.

вузькі сегменти аудиторії та створення спеціалізованих видань, що задовольняють інтерес власних читачів¹.

Конвергенція як один із процесів трансформації, охоплює різнопланові процеси, не лише руйнування основних відмінностей у ЗМІ. Певною синтезованою конвергентною технологією можна вважати Інтернет з його необмеженими цифровими можливостями трансформації даних: текст, графіка, звук, відео інтегруються в єдиний інформаційний продукт, який позначають терміном «мультимедіа». По суті він і є конвергентним, тому мультимедійність можна вважати одним з аспектів конвергентності².

Спеціалісти визначають мультимедіа як інтеграцію двох або більше комунікаційних засобів і каналів з комп'ютером. Це передача інформації одночасно декількома комунікаційними каналами: аудіо, відео, віртуальними комунікаціями. Тому мультимедіа уявляють як єдину інформаційну систему, у якій функціонують різні типи ЗМІ, які якоюсь мірою «зливаються» один з одним. Своїм виникненням та активним розвитком мультимедійна журналістика завдячує двом факторам. Перший – поява нових технологій та платформ, що дозволили поєднувати одразу декілька форматів подачі інформації. І другий – зміна поведінки аудиторії, виникнення нового типу споживача, який, в умовах постійних інформаційних перевантажень, обирає інтерактивні ЗМІ. Вони економлять час, та забезпечують індивідуальний підбір контенту³.

Крім мультимедійності існують й інші, у дечому схожі, явища конвергентності, які часто плутають між собою, не розібравшись у їхніх значеннях. Це явища трансмедіації, кросплатформності та кросмедійності. Трансмедійність – це, по-перше, процес перекладу інформації із однієї знакової системи у іншу. По-друге, спосіб розкриття розповіді, створення

¹ Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник, ЗНТУ, Запоріжжя, 2017. С. 9-10.

² Половинчак Ю. Конвергентні процеси в сучасному інфопросторі: трансформації текстів, практик, ієрархій. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3067:konvergentni-protsesi-v-suchasnomu-infoprostori-transformatsiji-tekstiv-praktik-ierarkhij&catid=81&Itemid=415.

³ Там само.

єдиної картини світу через подання інформації у кількох формах на кількох платформах¹. Американський дослідник Г. Дженкінс визначив трансмедіацію, як процес, у якому усі складові єдиної картини певного світу, мають розбіжності, відмінності під час трансляції одразу через декілька медіаканалів, з метою створення єдиного розважального контенту². До цього можна додати думку, дослідниці С. Тоул: при трансмедіації наратив існує на кількох платформах, але на кожній – розкритий окремий аспект, створюваного наративу. Такі різні історії, поєднуючись, утворюють єдину картину створюваного світу, але і окремо вони мають право на життя і виглядають як окрема оповідь³.

У той же час, явище кросмедійності відрізняється від трансмедіації тим, що кросмедіа ніби розподіляє одну історію, на декілька частин, які розміщуються на одразу декількох різних медіаплаформах. Споживач отримує повну історію, тільки поєднавши зібрану з усіх платформ інформацію. При цьому в усіх кросмедійних матеріалах присутня лише одна сюжетна лінія, тому кожна відділена частина від загальної історії не може вважатися самостійною. Якщо розглядати поняття «мультимедійності», то вона полягає у поєднанні візуальних, звукових, символічних, знакових, текстових, відео та анімаційних можливостей, до того ж їй належить функція розширеної реальності. З цього виходить, що мультимедійність – це властивість мережевого видання⁴.

Що ж стосується поняття «сторітелінгу» він має декілька тлумачень. Воно походить від двох слів: story – історія, telling – пишу – це ефективний метод донесення інформації до аудиторії шляхом розповідання смішних, зворушливих або повчальних історій з реальними або вигаданими

¹ Хворостина О. Явище трансмедіації контенту мережевих видань // Наукові записки Інституту журналістики. 2016. Т. 62. С.33-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2016_62_8.

² Jenkins H., «Transmedia storytelling101», Confessions of Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins. 2007. URL: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html.

³ Towle S. «Transmedia and Crossmedia: One and the Same?», SarahTowle.com, December 17, 2013. URL: <http://sarahtowle.com/blog/2013/12/17/zpt8p10tm2c4i3iwsqffwse99zls6j>.

⁴ Городенко Л. Теорія мережевої комунікації: монографія. К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2012. С. 56.

персонажами. Він поєднує у собі психологічні, управлінські та інші аспекти, дозволяє не лише ефективно донести інформацію до аудиторії, а й мотивувати її на певні вчинки і отримати максимально високі результати. Цей метод був розроблений і успішно застосований американським бізнесменом у 1990-х роках Д. Армстронгом. Він сформував думку про те, що історії значно легше сприймаються людьми, ніж правила, промови та графіки. Завдяки історії стає простіше когось у чомусь переконати або змотивувати. Також у поняття «сторітелінг» вкладають й інше значення¹.

Перше: сторітелінг – це жанр життєвої історії, однак це значення використовується зрідка. Зазвичай його застосовують для того, щоб розповісти про незвичайний епізод з життя звичайної людини. У такому випадку яскраво проявляється соціальна функція журналістики. Друге: будь-який журналістський матеріал, у якому велика увага приділена структурі оповіді, або сама наративна стратегія, структура оповіді, здатність правильно і захоплююче розповісти про щось. І третє – уміння правильно представити публікацію у виданні засобами архітектоніки².

У журналістиці сторітелінг використовують для передачі необхідної інформації у формі історії, яку може зрозуміти та осмислити кожен. Форма історії здатна швидко привернути увагу людини, і надати їй певну долю мотивації. Під такою мотивацією розуміють емоції, які здатні викликати представлена історія. Простими словами: розповісти та показати історію, щоб змусити людину виконати якусь дію. «...Усе на світі можна розповісти через історію. Хай би про що ви не писали, інформація стане яскравішою й цікавішою, якщо загорнути її в такий формат. Саме історія, а не сухі факти допомагають емоційно залучити і переконати вашу аудиторію...»³.

¹ Васьківська О. Сторітелінг як інструмент соціальної журналістики // *Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph / Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskop, Y. O. Voloshin* – Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. С. 280-284.

² Харитоненко О. Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітектоніки в журналістиці: зміст, різновиди, сучасні інтерпретації // *Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції, 25 жовтня 2018 р. Вінниця. 2018. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/22258/1/Kharytonenko_2018_Storitelinh.pdf.*

³ Марк Лівін. Сторітелінг для очей, вух та серця // Київ: Наш Формат. 2020. 184 с.

Сторітелінг доволі популярний метод, що застосовується не тільки у журналістиці, а також у маркетингу, рекламі, освіті і т.д. Це пояснюється простотою та ефективністю цього засобу. Історії можуть економити час та зусилля під час пошуку нових знань, та показати певний досвід. Адже вигадана, змодельована ситуація швидше запам'ятається та допоможе зробити відповідні висновки. Доведено, що історія перетворює будь-яку інформацію про світ у єдину оповідь. Вона допомагає людині систематизувати отримані знання, для прийняття кращих рішень. Яскрава оповідь може нагадати людям важливі поради, щодо того як вижити у світі. Вчені багато досліджували вплив історій на людину. Для мотивації у людини бажання допомагати іншим, оповідь має утримувати увагу, створювати емоційну напругу. Якщо автору вдасться, та аудиторія буде проявляти емоції до героя. Численні експерименти показали, що сторітелінг з емоційним змістом допомагає зрозуміти основні моменти послання, а також запам'ятати їх надовго. Використовуючи техніку сторітелінгу, можна отримати бажані результати, у будь-якій сфері. Ефективність цього методу пояснюється тим, що людський мозок здатен сприймати історії як реальні події¹.

Суворих критеріїв, щодо написання історій не існує. На думку, відомого сценариста Р. Маккі, успішний сторітелінг – має відповідати уподобанням цільової аудиторії. Проте є певні вимоги, які допомагають написати ефективну історію. У першу чергу, у неї має бути структура, щоб не втратити логічності та послідовності. Саме структура містить головні елементи, які і утворюють основу історії. Найрозповсюдженіша структура, яку використовує метод сторітелінгу – класична тричастинна. Вона складається з: зав'язки, до неї входить інформація про місце, події, час та головних героїв, розвитку подій, це усе що відбувається з персонажами: злети та падіння, перешкоди, конфлікти тощо, та розв'язка, з кульмінацією та вирішенням головної проблеми. Для того, щоб одразу пробудити інтерес до історії у читача, варто

¹ Побідаш І. Сторітелінг: ознаки «гарної» історії // Обрії друкарства. №1 (7). 2019. С. 144-152.

починати її одразу, без довгої експозиції. Кульмінація та розв'язка є чи не найважливішими частинами, бо саме у них містяться відповіді на головні питання, та вирішення усіх проблем оповіді¹.

Будь-який сторітелінг вимагає сформувавши історію з п'яти основних елементів: сюжету. Героїв, емоцій, деталей та висновків. Сюжет – це набір епізодів, які пов'язані між собою однією ідеєю, змістом, темою. Їх складають у послідовному порядку, а кожна частинка є невід'ємною від інших. Сюжетна лінія має плинути логічно, щоб не порушувати розвитку подій та стилю оповіді. Для формування вдалого сюжету сторітелінгу необхідно дотримуватися декількох правил: сюжет має розвиватися у постійній реальності та лінійному часі, у ньому має бути закритий фінал, варто зважати на причинно-наслідковий зв'язок, також у ньому має бути зовнішній конфлікт та один активний герой. Такий сюжет називають архісюжетом, як його називає Р. Маккі. Крім такого «класичного» сюжету існують й інші його види: лінійний (у хронологічному порядку викладена одна сюжетна лінія, вважають традиційним), багатоканальний (декілька сюжетних ліній). паралельний (дві сюжетні лінії розвиваються одночасно), ретроспективний (події починають розвиватися з фіналу), обрамлення (у одній історії наявні ще кілька)².

Героєм оповіді може бути сам автор, інша людина або група людей, уявний персонаж, послуга предмет і т.д. Він завжди є відображенням аудиторії. Вона має його уявляти, і відповідно співчувати йому. У кращому випадку між героєм та читачем має виникнути емоційний зв'язок. Рекомендують створювати яскравих героїв, які запам'ятовуються, особливо якщо у них є певні вади. Такий персонаж обов'язково ставить перед собою мету, та незважаючи на перешкоди, досягає її наприкінці історії, набуваючи певного досвіду, і роблячи певні висновки³.

¹ Маккі Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только URL: <https://mybook.ru/author/robert-makki/istoriya-na-million-dollarov-master-klass-dlyasce/read/>.

² Там само.

³ Побідаш І. Сторітелінг: ознаки «гарної» історії // Обрії друкарства. №1 (7). 2019. С. 144-152.

Емоції незамінний елемент сторітелінгу. Адже історія має чіпляти, викликати інтерес і мотивувати на певні дії. Їхній спектр може бути різним, проте не варто перенасичувати ними оповіддю. Наприклад, А. Сіммонс вважає, що будь-яка історія, навіть дуже сильна, припиняє діяти, коли надмірно використовуються негативні емоції. А С. Фоллоус переконує, що значний вплив на читача мають як позитивні, так і негативні емоції. За її визначенням низький рівень впливу має позитивна історія задоволення та негативна емоція печалі. Ще один елемент – деталі. Вони допомагають побачити саму історію, та краще її зрозуміти. У них може міститися важливе змістове та емоційне навантаження. У історії мають бути як внутрішні, так і зовнішні деталі. Це можуть бути деталі-подробиці, які використовуються укупі і здатні охарактеризувати об'єкт оповіді, і деталі-символи, які навпаки зустрічаються поодинокі, однак можуть передати зміст або головну думку історії. Обов'язково у історії повинен бути висновок. Часто можна зустріти історію з відкритим фіналом, який потім домислює аудиторія. Але у цьому на неї покладатися не варто, особливо якщо справа стосується сторітелінгу¹.

1.2. Роль методу мультимедійного сторітелінгу в сучасній журналістиці

Сторітелінг, як доволі популярний метод у багатьох сферах, має багато видів. Культурний сторітелінг – розповідає про цінність, мораль та вірування; соціальний – розповідь людей один про одного, історії з життя, які можуть стати прикладом, або принести певний досвід; сімейний – історії родин, їхні легенди, що передаються з покоління в покоління та мають повчальний характер; дружній – історії, що об'єднують друзів, нагадують про досвід пережитий разом; особистий – розповідається про власний досвід та переживання; міфи та легенди – відображають культуру, і нагадують прості істини: де знаходиться щастя, а чого варто уникати; jump story – історії, що допомагають подолати страхи².

¹ Побідаш І. Сторітелінг: ознаки «гарної» історії // Обрії друкарства. №1 (7). 2019. С. 144-152.

² Сторітелінг як метод навчання. URL: <https://cutt.ly/ax3BgUM>.

Сучасні технології спричинили створення цифрових та мережових комунікацій. Також вони докорінно змінили методи у журналістиці, у тому числі і сторітелінг. Як витвір нової технологічної епохи з'явився digital-сторітелінг, з декількома самостійними напрямками, такі як: мультимедійний сторітелінг, кросмедійний сторітелінг, трансмедійний сторітелінг¹.

Сучасного читача все менше цікавлять довгі тексти. Для того, щоб сприйняти історію, йому потрібні візуальні орієнтири, головні слова. Таким чином візуальна складова цінується більше, чим і порушує усталену монополію тексту на увагу читача. Мультимедійний сторітелінг – це та сама історія з сюжетом, героями, емоціями, деталями та висновками, з певними технологічними додатками: інтерактивні відео, флеш-ігри, слайдшоу, таймлайн, тест, інфографіку Структурована інформація, розподілений текст за невеликими блоками, та уся додаткова мультимедійна візуалізація допомагають створити ефект присутності та викликають інтерес до матеріалу².

Дослідники мультимедійної журналістики наголошують на тому, що поєднання декількох форматів здатне підсилити текст, щоб змусити аудиторію виказати почуття, спровокувати емоції. На додачу мультимедійність надає змогу читачам побачити тему з різних боків, побачити деталі. «Сторітелінг схожий на складання конструктора. Деталі конструктора – відео, звук, текст, заголовок, які читач складає до купи. Завдання журналіста – підготувати правильні шматки так, щоби конструктор можна було легко скласти...»³.

Початком історії мультимедійного сторітелінгу традиційно вважають проект американського журналу «The New York Times» під назвою «Snow fall. The Avalance at Tunnel Creek»⁴ («Снігопад. Лавина у тунелі Крик»), який створили у 2012 році. Він присвячений долі 16 лижників та сноубордистів, які

¹ Женченко М. Поняття «мультимедіа», «крос-медіа», «трансмедіа» у науковому дискурсі цифрової доби. Київ: Наукові записки Інституту журналістики, 2013. Т. 52. С. 72–75.

² Градюшко А. А. Мультимедийная история и сторителлинг в структуре современной вебжурналистики // Международная журналистика-2016: турбулентность межгосударственных отношений и медиа: материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 18 февр. 2016 г. Минск: Изд. центр БГУ. 2016. С. 87-91.

³ Матс Вікман. Сторітелінг – це як складання конструктора. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/how_to/mats_vikman_storiteling_tse_yak_skladannya_konstruktora/

⁴ Snow fall. The Avalance at Tunnel Creek. The New York Times. 2012. URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>.

потрапили під снігову лавину неподалік Вашингтона. Крім тексту, у матеріалі містилися: фото лижників, 3D модель гір, де сталася катастрофа, інтерактивна карта шторму, що спричинив лавину, відео та аудіоролики. Численні критики назвали «Snow fall» найкращим, на той час, мультимедійним форматом подачі інформації, а також його нагородили Пулітцерівською премією. Проект став популярним читачі, як показала статистика, більшість читачів затримувалась на сторінці 12 хвилин. Цього часу звісно мало, щоб переглянути увесь матеріал та прочитати увесь текст, але це надзвичайно багато як для вебсторінок. Ця історія, яка породила і спеціальний термін для подібних мультимедійних матеріалів – сноуфол, стала справжнім прикладом, знайшла своїх послідовників. У жовтні 2015 року, журналісти «The New York Times» випустили доповідь стосовно власної стратегії. «Наша команда журналістів з великим набором технічних та дизайнерських навичок постійно переосмислює те, як ми розповідаємо історії, і є лідером інновацій в усій медіаіндустрії. Результат помітний не тільки у щотижневому показі великих мультимедійних проектів, але і у повсякденному тріумфі візуального та цифрового сторітелінгу, що втілюється завдяки командам графіки, інтерактивних новин, цифрового дизайну. Відтепер ми надихаємо наших журналістів стати більш гнучкими у використанні цих інструментів та методів»¹.

Команда журналістів «The New York Times», таким чином, створила новий вид верстки: читач може безперервно переглядати усі елементи матеріалу чи то відео, чи то слайдшоу, без додаткових перемикань та переходів. У 2013 році, за таким же принципом, з'явився мультимедійний проект під назвою «A Game of Shark and Minnow» («Гра акули та пічкура»), присвячений конфлікту між Китаєм і Філіппінами за острова Спратлі у Південно-Китайському морі. Текст у ньому доповнювався повноекранними відео, анімаційними мапами, світлинами, а також інтершумом ².

¹ The New York Times strategy memo. 2015. URL: <http://money.cnn.com/2015/10/07/media/new-york-times-strategy-memo>.

² A Game of Shark and Minnow. The New York Times. 2013. URL: <https://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/10/27/south-china-sea/index.html>

Не поступилися лонгрідам «The New York Times» й інші відомі іноземні видання, у яких починають з'являтися окремі розділи з мультимедійними історіями. Наприклад, матеріал газети «The Guardian» під назвою «Firestorm» («Вогняний шторм»). У ньому розповідається про родину Холмс, яка пережила масштабну пожежу у Тасманії. На відміну від попередників, у ньому з'явився зручніший інтерфейс: розподіл на розділи, вибір перегляду відео, або прослуховування аудіо, або читання тексту. Для відтворення в уяві повної картини та створення ефекту присутності, читач має іти слідами прописаного авторами сценарію¹.

В Україні мультимедійні історії починають з'являтися у 2014-2015 роках. Одними з перших інтернет-видань, які випробували такий формат стали: «Новое время», «Дзеркало тижня», «Українська правда», ТСН. У 2014 році заснований проект «The Ukrainians», який повністю складався з інтерв'ю у форматі лонгріду. На етапі освоєння в українському медіапросторі методу мультимедійного сторітелінгу, теми для матеріалів були типовими. Зазвичай у такому форматі робилися репортажі про війну на Сході України, про річницю трагедії на Чорнобильській АЕС та Революції Гідності².

З часом поле для застосування мультимедійного сторітелінгу розширювалося, з'являлися нові приводи та теми. Наприклад, український інтернет-журнал «Platfor.ma», створив спеціальну Агенцію сторітелінгу. На офіційній сторінці Агенції зазначається: «Наш виклик у тому, що більшість важливих соціальних, культурних та освітніх тем недолюблені – про них необхідно говорити, але люди не завжди готові дослухатися. Ми перетворюємо заплутане, засерйозне та задалеке у просте, цікаве та близьке, не гублячи при цьому сенс. Адже переконані: щоб привертати увагу аудиторії в реальності інформаційного шуму, важливе має звучати голосно, виглядати унікально, запам'ятовуватися добре та зупиняти палець під час скролу стрічки

¹ Firestorm. The Guardian.2013. URL: <https://www.theguardian.com/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family>.

² Лешко У. Лонгрід як форма сучасної мультимедійної журналістики // Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». 2020. Вип. 48. С. 180-187.

соцмереж...»¹. Саме у цих словах і відображені завдання журналістів, що застосовують мультимедійний сторітелінг, та рівень розвитку цього методу у сучасній українській журналістиці.

Отже, з розвитком сучасних технологій, битву, за аудиторію з друкованими виданнями, виграла веб-журналістика. Вона має безмежні можливості та включає у себе численні формати. Проте сучасний читач потребує не просто «сухого» тексту, а чогось більшого. Тому все більшої популярності набирає такий формат як мультимедійний сторітелінг. За його допомогою, звичайна історія, яка лежить в основі, перетворюється на маленьке видовище, завдяки відео, фото, аудіо, інтерактивним мапам, іграм тощо. За останнє десятиліття цей метод активно застосовують і розвивають українські інтернет-видання, які постійно випускають матеріали на різну тематику.

1.3. Особливості побудови мультимедійної історії та її основних елементів

Сьогодні помітною тенденцією у сфері медіа є скорочення обсягів поданої інформації. Людина все більше надає перевагу лаконічним та інформативним повідомленням, ніж довгим та перевантаженими фактами матеріалам. Проте аналітичні тексти, що не вкладаються у короткі формати та вимагають більше часу для ознайомлення, дуже складно замінити, бо їхнім головним завданням є розказати певну історію. Для того щоб втримати увагу читача, дедалі частіше журналісти використовують метод мультимедійного сторітелінгу, за яким текст, доповнюється візуальними елементами. Їхнє головне завдання – надавати практично безмежні можливості у побудові структури тексту².

Довгі тексти, або ж як їх називають по-іншому – лонгріди, є формою так званої «пояснювальної» журналістики, яка використовує поступовий розвиток

¹ Агенція сторітелінгу. URL: <https://agency.platfor.ma>.

² Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник, ЗНТУ, Запоріжжя, 2017. 130 с.

характерів героїв, опис сцен дії і використання діалогів. З-поміж інших форм мультимедійної журналістики, лонгрід виокремлюють за такими критеріями:

- великий обсяг і довжина тексту – від 800 до 2000 слів;
- авторський журналістський текст;
- використання мультимедійних елементів: фото, відео, інфографіка, таблиці слайд-шоу і т.п.
- особлива верстка з використанням певних ефектів¹.

Дослідниця А. Колесніченко у якості визначних рис лонгріду називає великий об'єм тексту, глибину занурення у тему і якість зібраної інформації. Глибина занурення в тему визначається за кількістю джерел інформації, які використовує журналіст при підготовці. Як правило, у створення лонгріда залучається як мінімум 50 джерел. Важливу роль відіграє інформативність, чітка логічна структура та глибина змісту, коли кожний елемент тексту розкриває нове розуміння теми лонгріда, представляє нову точку зору на проблему. Також А. Колесніченко вказує на ще одну особливість лонгріду – значущість теми. Для них характерні теми, присвячені важливим явищам у суспільстві або новим явищам чи подіям. Основними критеріями у виборі теми лонгріду є: наявність у історії сюжету, проблеми, героя. Це дає можливість оцінити емоційним потенціал сюжету та інформативності теми².

На думку І. Тонкіх, мультимедійність стає головним фактором жанрових трансформацій, тому замість поняття «мультимедійна стаття» можна вживати терміни «мультимедійна історія» або «лонгрід». У свою чергу мультимедійна історія це не жанр, а формат, у якому можуть синтезуватися різні журналістські жанри і поєднуватися вербальний і візуальний контент, а також елементи дизайну. До цієї думки схиляються й такі дослідники як М. Булаєва, А. Галустян, Д. Кульчицька. Лонгрід є платформою для тексту, де додаються один або декілька жанрів. Проте у науковому середовищі є дослідники, що

¹ Мацишина І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду) // Крос-медіа: контент технології, перспективи: колект. монсасографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 149-159.

² Колесніченко А. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. Вып 1. 2015.

вважають мультимедійну історію саме аналітичним жанром, серед них: О. Градюшко, О. Колесніченко, М. Менчер. Вони порівнюють лонгрід з аналітичною статтею, називаючи головною відмінністю більшу наочність матеріалу, за рахунок різних вставок, які полегшують сприйняття великого за об'ємом матеріалу¹.

Мультимедійний сторітелінг, що передбачає складнішу структурованість, ніж звичайний сторітелінг, залучає для оповіді різні жанри, які водночас можуть бути і елементом розказаної історії, і самостійним матеріалом. Серед них: фото, статична ілюстрація; аудіоілюстрація – короткий фрагмент аудіо запису. Що належить до певної частини тексту; аудіосюжет, що нагадує класичний радіосюжет з цитатами ньюзмейкерів та інтершумом; відеоілюстрація – відеофрагмент, що співвідноситься до певної частини тексту, інфографіки тощо; відеосюжет – закінчене відеоповідомлення, яке має власний сюжет: зав'язку, основну дію, кульмінацію та розв'язку; відеоколонка, відеонарис, відеокоментар – телевізійний жанр².

Серед важливих структурних елементів, завдяки яким можна побудувати лонгрід, дослідниця У. Лешко виділяє: знаковий факт чи акцент на невідомому аспекті цього факту (неординарна ключова особа чи невідома інформація про неї); влучний заголовок та внутрішні підзаголовки, врізи, цитати, ключова метафора (через неї можуть проходити сюжет, певні ситуації), бекграунд, який доповнює основний текст (можливо, виділений окремими тематичними блоками праворуч та ліворуч від основного тексту)³.

Інша дослідниця мультимедійного сторітелінгу, І. Мацишина виділяє дві форми створення лонгрідів. Перша – традиційна: текст, ілюстрації, фото створюються на шпальтах газет. Тобто поняття «лонгрід» можна застосовувати до преси під час створення матеріалів за аналітичними та

¹ Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: Навчальний посібник, ЗНТУ, Запоріжжя, 2017. с. 99-101.

² Чабаненко М. Мультимедійність в інтернет-журналістиці: навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика». Запоріжжя: Просвіта, 2018. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/22258/1/Kharytonenko_2018_Storitelinh.pdf.

³ Лешко У. Лонгрід як форма сучасної мультимедійної журналістики. // Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». 2020. Вип. 48. С. 180-187.

публіцистичними жанрами. Друга – мультимедійна: текст, звук, відео, фото, інфографіка, слайд-шоу, панорами, карти та інше створюються на веб-сторінках¹.

Американські дослідники П. Грабович, Р. Ернандес і Дж. Ру² спробували класифікувати мультимедійні історії, і виділили кілька категорій:

I. Історії за лінійною формою. Читач має пройти усі етапи розповіді: від зав'язки, кульмінації до розв'язки. Часто такі історії розподіляються на частини або розділи. У свою чергу такі історії розподіляють на два типи:

- «різдвяна ялинка» – після прочитання тексту читач переглядає мультимедійні вставки. Зазвичай текст розміщується з одного боку, а вставки з іншого.
- вбудовані мультимедіа – у цьому випадку домінує текст у лінійному вигляді, а мультимедійні елементи його доповнюють. Таким чином вони призначені для перегляду під час прочитання, а не після. Тому відбувається плавний перехід між текстом і вставками. Цей тип вважається найпоширенішим.

II. Історії за нелінійною формою з використанням мультимедійних елементів, що вбудовані в текст. Основний текст подається у вигляді лінійної розповіді, а мультимедіа є доповненням. Але замість однієї розповіді, у нелінійній формі присутні кілька блоків історії, відповідно кожен має власну структуру оповіді. Таким чином читач може сам обирати як йому рухатися під час читання. Такі історії також розподіляються на типи:

- «кухонна раковина» – одна історія будується на декількох, які заглиблюють читача у проблематику теми.
- імерсивні мультимедіа («з ефектом присутності») – передбачають створення тривимірного простору. Читач стає частиною історії, її учасником. Завдяки 3D-реальності, відтворюється навколишній

¹ Мацишина І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду) // Крос-медіа: контент технології, перспективи: колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 149-159.

² Grabowicz P. & Hernandez R., Rue J. Tutorial: Taxonomy of Digital Story Packages. 2014. URL: <http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/taxonomy-digital-story-packages/>.

простір із документальною точністю. Ніби комп'ютерна гра, яку не можна змінити.

III. Історія з мультимедійними елементами, де один формат є домінантним, а інші – додатковими¹.

Дослідники виділяють наступні формати, які можуть використовуватися:

- Візуальні наративи – відео або фото зі звуковим супроводом, використовується лінійне оповідання, але стрижнем є візуальна форма.
- Інтерактивне відео – читач може управляти логікою читання, натискаючи на виділені місця у відео або на інше відео за текстом історії.
- Інтерактивна аудіорозповідь – аудіокліп є головним у сюжеті, а інші елементи його посилюють. Трапляються рідко, радше використовують неопрацьоване аудіо з якогось інциденту чи події.
- Анімації та ілюстрації – використовують доволі різні форми анімацій-ілюстрацій. Наприклад, «ілюстрована розповідь», «кінетична топографіка» – текст у русі тощо.
- Колажі – часто береться за основу, щоб розповісти історію, у якій рух або діяльність є важливою характеристикою предмета, явища, героя.
- Vox pop – збірки інтерв'ю, де звичайні перехожі говорять про конкретні проблеми. Зазвичай короткі відео з аудіо як класична форма «голосу народу».
- Ігри – онлайн-ігри є цікавими для сучасної аудиторії.
- Графіка – читач натискає на розділи або графіку, щоб отримати текстову інформацію, фотографії, аудіо чи відеокліпи.
- Історія даних, інфографіка – читач має змогу самостійно порівняти їх, і помітити різницю.
- Таймлайн – лінія часу. Якщо історія вибудовується навколо певної місцевості, де в певний час сталася подія.

¹ Grabowicz P. & Hernandez R., Rue J. Tutorial: Taxonomy of Digital Story Packages. 2014. URL: <http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/taxonomy-digital-story-packages/>.

- Карта – якщо історії засновані на розташування елементів на площі. Натискаючи на певні місця на карті, читач може перейти до різних розділів історії. Це створює почуття подорожі історією, яка і є сюжетною лінією¹.

Згідно з висновками Американського інституту преси, лонгрід має обмежену аудиторію. А технологія їхнього створення вимагає значних фінансових ресурсів та часу. Тому у нашій країні мультимедійні історії створюють переважно великі медіакомпанії. Обмежена кількість аудиторії пояснюється тим, що для ознайомлення з лонгрідом, читач має витратити свій час, тому має бути по-справжньому зацікавлений темою. Ще одна особливість, яку довели дослідження, користувачі більше передивляються відео та загалом вивчають інформацію на мобільних пристроях, ніж на стаціонарних комп'ютерах. На думку, Р. Монтгомері, експерта з мобільної журналістики, редактора «Chicago Tribune»: у майбутньому влада перейде до казкарів, які захоплюються і розуміються на пошуках шляхів представлення своїх історій, використовуючи тільки мобільні пристрої².

Для створення мультимедійних історій також важливими є матеріал та фактура. Дослідниці М. Лукіна та Н. Лосева визначають якими вони мають бути. По-перше, сюжет, який розвивається у часі. По-друге, будь-які епізоди з сюжету, до яких можна додати префікс най-. По-третє, наявність у сюжеті деталей, які краще відобразити графічно, а не описувати їх вигляд та колір словами. По-четверте, велика кількість фактури для відео. По-п'яте, велика кількість бекграундної та довідкової інформації. По-шосте, потенційний розвиток сюжету за допомогою користувацького контенту. Ці особливості виокремлюють лонгріди з-поміж інших текстів. Адже вимагають більше компонентів, знань з теми, часу, ресурсів³.

¹ Мацишина І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду) // Крос-медіа: контент технології, перспективи: колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 149-159.

² Мультимедийная журналистика. (С. А. Шомова, Е. Г. Лапина-Кратасюк, А. Г. Каякаева та ін.). М.: ВШЭ, 2017. 413 с.

³ Лукина М., Лосева Н. Контент интернет-СМИ // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обучающим семинарам. Екатеринбург, 2010. С. 131-132.

Хоч єдиної класифікації немає, умовно мультимедійні історії розподіляють на два жанри. Перший жанр – раціональна журналістика (ньюз-фіче, коментар, аналітична стаття, експертне інтерв'ю). Другий – емоційна журналістика (емоційний репортаж, фіче, особистісне інтерв'ю, портрет, нарис). До раціональної журналістики відносять аналітичні тексти, які покликані порівнювати і пояснювати ті чи інші події та явища, а також коментувати їх. Ньюз-фіче – це розповідь присвячена певній тенденції, що проявилася у подіях. Коментар – матеріал, який розширює новину завдяки поясненням та оцінкам. Аналітична стаття – текст, у якому протиставляються дві думки, для того щоб розкрити тему, порівнюючи їх. При цьому журналіст не має висловлювати власну думку. Експертне інтерв'ю – це висновки розмови журналіста з авторитетним експертом у якійсь сфері, який пояснює причини та контекст певної події¹.

Жанри емоційної журналістики покликані отримати емоції у читача, зворотній відгук, який спровокував текст. Репортаж – це «розповідь з місця подій», яка дає змогу читачу опинитися на місці подій, завдяки опису деталей. Фіче – історія, що написана від третьої особи, та як і репортаж дає змогу опинитися на місці подій. Особистісне інтерв'ю – вид інтерв'ю, мета якого розкрити людину завдяки його висловленим думкам та епізодам з його життя. Портрет – це жанр, що також покликаний показати людину з різних боків, шляхом її суджень та спогадів, а на додачу і поведінки героя у характерних для нього життєвих ситуаціях. Нарис – жанр, у якому поєднуються репортаржні (наочні) та дослідницькі (аналітичні) особливості².

Для визначення жанрових особливостей, дослідниця А. Колісніченко виділяє такі ознаки як: предмет історії – що саме відображається?, про що саме розповідається?, метод історії – як відображається?, та функція історії – з якому метою відображається?³

¹ Нестеренко О. А. Жанрова природа мультимедійних історій // Наукові записки / Scientific papers. №2 (53). 2016. С.346-355. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-53/40.pdf>.

² Там само.

³ Колесніченко А. Практическая журналистика. Учебное пособие. М., 2008.

Отже, мультимедійна історія, або лонгрід – це новий та доволі цікавий формат у сучасній журналістиці. Він має власні особливості, завдяки їм розказана історія сприймається читачами краще, викликає інтерес до матеріалу та певні емоції. З розвитком формату, мультимедійні історії почали розподіляти на жанри: раціональні та емоційні, та створювати велику кількість різних за тематикою та наповненням історій.

РОЗДІЛ 2

ЗАСОБИ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО СТОРІТЕЛІНГУ ПРОЕКТУ «ІСТОРІЯ ЄВРОМАЙДАНУ»

У 2014-2015 роках в українському медіа-просторі з'являються перші мультимедійні історії. Їхніми головними темами були Революція Гідності, Чорнобильська катастрофа і т.д. Тобто журналісти висвітлювали вагомі та проблемні події в українській історії. Також враховувалось і те, що розповідь має бути детально проілюстрована. Для цього необхідно було мати достатньо матеріалу: фото, відео, статистичних даних, щоб доповнити текст.

Мультимедійний проект «Історія Євромайдану. Хроніка української революції» був створений у 2015 році українським інтернет-виданням INSIDER. Матеріал вийшов у річницю подій на Майдані. «Автори проекту у хронологічному порядку відтворили ключові події української революції від 21 листопада (коли кабмін «призупинив» підготовку до підписання Угоди про асоціацію з ЄС) до 22 листопада (коли відбулася втеча Януковича)¹. Спроби зробити подібне були і раніше. Наприклад, за ініціативи редакції «Української правди» навесні 2014 року з'явився проект «Небесна сотня»². Автори назвали його не мультимедійною історією, а «сайтом-реквіємом». Хоча за використаними методами та складовими частинами матеріал наближений до неї: кожна історію супроводжують фото, є аудіо-супровід, але це не єдина історія, а окремі розповіді про героїв Небесної сотні.

Видання INSIDER створено у 2013 році, як незалежний проект, який орієнтувався здебільшого на економічні розслідування. Але, для привернення аудиторії, створили декілька рубрик про життя та творчість. Аудиторією Insider була молодь, студенти старших курсів, та трохи старші – люди до 45 років. Переломним для редакції INSIDER став Майдан 2014 року. «...Наші

¹ Insider підготував мультимедійну хроніку української революції // Detector Media. 22 листопада 2014. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/11891/2014-11-22-insider-pidgotuvav-multymediyu-khroniku-ukrainskoi-revolutsii/>.

² Небесна сотня // Українська правда. URL: <http://nebesna.pravda.com.ua>.

журналісти цілодобово чергували на Майдані. Саму організацію роботи ми не змінювали, але після розгону студентів уже не було значення – чи то редактор «Лайфстайлу», чи «Арту», чи політики. Усі чергували на стрічці, на Майдані... Дуже вимотувало. Але завдяки цьому вдалося досить сильно розкрутитись...»¹. Журналісти INSIDER, які практично увесь час перебували на Майдані Незалежності: спілкувалися з людьми, знімали відео, робили фото, бачили ситуацію «зсередини» та назбирали достатньо матеріалу, щоб створити окрему мультимедійну історію. У 2016 році INSIDER припинив роботу, через відсутність фінансування. Тому інших, масштабніших мультимедійних проектів так і не з'явилося.

Якщо звертатися до критеріїв², за якими визначають формат, то «Історію Євромайдану» можна назвати мультимедійною історією. Матеріал має великий обсяг і розмір тексту нараховує більше 2000 слів. Текст історії – це авторський текст журналіста видання INSIDER, Дмитра Короля. Його супроводжують цитати відомих людей про дні Майдану та учасників подій. Присутні мультимедійні елементи: фотографії, відеоматеріали, інфографіка. Також застосовується особлива верстка з використанням певних елементів. Наприклад, початок історії.

Фоном для заголовку слугує відео, на якому чоловік, учасник подій, на задньому плані барикади та вогонь. За рахунок візуальних ефектів, складається враження того, що ніби статична картинка «жива»: іде сніг, вогонь на задньому плані рухається, усюди дим, чоловік – на передньому плані, ніби дихає (рис. 2.1)

¹ Сергій Щербина: «Не для того ми робили INSIDER, щоб потім його використовувати для інших цілей» // MediaLab Online 01.02.2016. URL: <https://medialab.online/news/sergij-shherby-na-ne-dlya-togo-my-roby-ly-insider-shhob-potim-jogo-vy-kory-stovuvaly-dlya-inshy-h-tsilej/>.

² Мацишина І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду) // Крос-медіа: контент технології, перспективи: колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 149-159.



Рис. 2.1. Заголовок мультимедійної історії «Історія Євромайдану»

Згідно з класифікацією американських дослідників П. Грабовича, Р. Ернандеса і Дж. Ру, «Історія Євромайдану» – це історія за лінійною формою. Тобто вона має певні етапи. У даному випадку висвітлюється хронологія подій на Майдані, тому кожен етап, присвячений епізоду з історії Євромайдану. Наприклад, перший текстовий блок, під назвою «21 листопада. Доленосне рішення», у якому розповідається про передумови протестів на Майдані. Наступний блок – «24 листопада. Сутички під Кабміном». І так далі, розповідається за кожен день протестів. У класифікації П. Грабовича, Р. Ернандеса і Дж. Ру категорії поділяються на типи. Історії за лінійною формою поділяються на: «різдвяну ялинку» та вбудовані мультимедіа. Мультимедійний проект «Історія Євромайдану» належить до другого типу. Бо текст поданий у лінійному вигляді, і домінує над візуальними складовими, які тільки доповнюють його. Текст і вставки поєднуються і утворюють єдиний конструкт, між ними є плавний перехід.

Якщо класифікувати «Історію Євромайдану» за жанром, то її текст відповідає ознакам емоційної журналістики. Це нарис, у якому репортажні, наочні особливості поєднуються з аналітичними. Хоч автор викладає події у хронологічному порядку, і аналізує їх, але водночас використовує цитати чи спогади, які ніби переносять читача у часі, та викликають певні емоції.

Композиційно історія «Історія Євромайдану...» складається з 26 невеликих розділів: «1 листопада. Доленосне рішення», «4 листопада. Сутички під Кабміном», «5-28 листопада. Два Майдани», «8-29 листопада.

Вільнюський саміт», «30 листопада. Перша зачистка», «1 грудня. Сутички на Банковій», «8-9 грудня. Блокування урядового кварталу», «11 грудня. Невдалий штурм», «14 грудня. Антимайдан», «16 грудня. Останнє китайське попередження», «17 грудня. Крок назад», «1 січня. Новий рік на Майдані», «10-11 січня. Васильківські терористи», «16 січня. Диктаторські закони», «19-20 січня. Бої на Грушевського», «21 січня. Викрадення Луценка», «22 січня. Перші смерті», «23 січня. Переговори», «24 січня. Регіональний спротив», «25 січня. Перший компроміс», «28-29 січня. Бунт у «Партії регіонів»», «1-14 лютого. Шантаж і амністія», «18-19 лютого. Бої в урядовому кварталі і останній штурм», «20 лютого. Розстріл», «21 лютого. Капітуляція», «22 лютого. Втеча «диктатора»». Стиль історії доволі простий: білий фон, без додаткових ефектів, чорний шрифт Georgia, його розмір – основний текст 12 кегль, заголовки – 18 кегль, цитати у розділах – 11 кегль, виділені курсивом.

У середньому текст кожного розділу нараховує 210-220 слів. У восьми розділах присутні цитати, які переривають текст. У розділах «1 листопада. Доленосне рішення» та «11 грудня. Невдалий штурм» їх по дві. У розділах «5-28 листопада. Два Майдани», «8-9 грудня. Блокування урядового кварталу», «19-20 січня. Бої на Грушевського», «23 січня. Переговори» – по одній. Мета цитат – посилити емоційність тексту. Адже вони належать відомим людям, очевидцям та учасникам подій.

Ще одним важливим елементом мультимедійної історії є фотографії. Всього використано 29 зображень, з них 21 – це статичні фото різного розміру, 8 – маленькі круглі фото навпроти кожної з цитат. З 29 фотографій, 10 – авторства журналіста видання INSIDER – Максима Кудимця, який перебував у той час на Майдані. Тому на його фотографіях зображені: люди, що вийшли на мітинг у перші дні, сутичка під Кабміном, блокування вулиць та зведення барикад, акції «Партії регіонів» (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Фотографії журналіста INSIDER М. Кудимця

2 фотографії авторства ще одного журналіста INSIDER – Віктора Гурняка (рис. 2.3), на яких зображений штурм Українського дому у січні 2014 року. 1 фотографія авторства фотокореспондента Влада Содея, який знімав події на київських вулицях протягом усього Майдану, але для іншого видання. 2 фотографії з прес-служби Віктора Януковича. 14 фото запозичені у інших видань, з таких як: ukrafoto.com, газети «День», obozrevatel.com, slovoidilo.ua. Окрім кращого розуміння змісту тексту, підсилення емоційності та створення ефекту присутності, фото слугують своєрідними «переходами» між розділами.

Ріната Ахметова, які радилися, як нормалізувати ситуацію.



Фото: Віктор Гурняк

Рис. 2.3. Фотографії журналіста INSIDER Віктора Гурняка

Також в проєкті «Історія Євромайдану» є відео. Вони, як і фото, по-перше, створюють ефект присутності та додають емоційності. І по-друге, є перехідними елементами між розділами. Всього використано 8 відео: «Перша зачистка», «Сутички на Банковій», «Новорічна ніч на Майдані», «Голосування за «диктаторські закони»», «Вуличні бої на Грушевського», «Бої в Урядовому кварталі», «Розстріл активістів на Інститутській», «Втеча Януковича».

Відео «Перша зачистка» містить кадри розгону Євромайдану Беркутом. Зйомка велася учасником подій, тому присутня ненормативна лексика та сцени насилля. Викладено на Youtube-каналі видання INSIDER під назвою «Insider Tube». Дата викладення: 20 листопада 2014 року. Станом на листопад 2022 року відео набрало 388 переглядів. Вподобань та коментарів не має. Хронометраж відео: 2 хвилини 6 секунд. Має обмеження за віком, тому одразу на сторінці історії його переглянути не можна, лише на Youtube-каналі видання. Першоджерело, у якого було запозичено відео: Магнолія-ТВ, викладене 30 листопада 2013 року, тобто одразу після розгону Беркутом мітингу, і має 415 вподобань.

Відео «Сутички на Банковій» містить кадри протистояння Беркуту з євромайданівцями на вулицях Києва, виступ перед мітингарями Петра Порошенка. Викладено на Youtube-каналі видання INSIDER. Дата викладення: 20 листопада 2014 року. Станом на листопад 2022 року відео набрало 392 перегляди. 1 вподобання, коментарів не має. Хронометраж відео: 2 хвилини 22 секунди. Має обмеження за віком. Відео змонтоване з декількох інших, взятих з інших Youtube-каналів: «llMAKSll», «Matvei Voznik», «Valikkia72».

Відео «Новорічна ніч на Майдані» містить кадри масштабної зустрічі українцями Нового року на Майдані Незалежності (рис 2.4). Зйомка ведеться з неба. Викладено на Youtube-каналі видання INSIDER. Дата викладення: 20 листопада 2014 року. Станом на листопад 2022 року відео набрало 244 перегляди. 1 вподобання, коментарів не має. Хронометраж відео:

2 хвилини. Ніяких обмежень воно не має, тому його можна перегляди на сторінці історії. Першоджерело, яке зазначене під відео: Ангел Ангелов.



Рис. 2.4. Відео «Новорічна ніч на Майдані», вигляд в мультимедійній історії

Відео «Голосування за «диктаторські закони» містить кадри голосування депутатів Верховної Ради. У той день, у парламенті відбулася сутичка між опозиціонерами та «регіоналами», тому трибуну було заблоковано. Опозиціонери відібрали картки для голосування у представників «Партії регіонів» та «Комуністичної партії», щоб не допустити підтримку обмежувальних законів. Тому депутати оголосили про «ручне» голосування, що ми і бачимо на відео. Викладено на Youtube-каналі видання INSIDER. Дата викладення: 20 листопада 2014 року. Станом на листопад 2022 року відео набрало 1655 переглядів, 2 вподобань, коментарів не має. Хронометраж відео: 1 хвилина 20 секунд. Ніяких обмежень воно не має, тому його можна перегляди на сторінці історії. Підпису про першоджерело немає.

Відео «Вуличні бої на Грушевського» містить кадри про сутички на барикадах на одній з вулиць Києва, між «майданівцями» та правоохоронцями, 22 січня. У той день, уперше була застосована вогнепальна зброя, що призвело до жертв. Викладено на Youtube-каналі видання INSIDER. Дата викладення: 20 листопада 2014 року. Станом на листопад 2022 року відео набрало 421

перегляд, 5 вподобань, коментарів не має. Хронометраж відео: 3 хвилини 43 секунди. Ніяких обмежень воно не має, тому його можна перегляди на сторінці історії. Під відео вказане першоджерело: Ivan Zhurba. На каналі автора воно набрало 41044 переглядів, 286 вподобань та 62 коментаря. В описі до відео вказано: «ПАМ'ЯТІ ЗАГИБЛИМ ГЕРОЯМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ. Повернувся з передової повстання на Грушевського, відзняв фільм про те, чого нам – українцям коштує СВОБОДА. Хай Європа та Америка побачать боротьбу за СВОБОДУ в обличчі Українців». Хронометраж оригінального відео 5 хвилин 6 секунд. Автор є очевидцем подій і виклав відео одразу 23 січня 2014 року. Для підсилення атмосфери він використовує музику. Саме з цього відео був взятий кадр, що починає мультимедійну історію «Історія Євромайдану».

Відео «Бої в Урядовому кварталі» містить кадри чергових сутичок «майданівців» та правоохоронців у лютому 2014. Має обмеження за віком, бо є кадри жертв сутичок та насилля. Викладено на Youtube-каналі видання INSIDER. Дата викладення: 20 листопада 2014 року. Станом на листопад 2022 року відео набрало 1305 переглядів, 2 вподобання, коментарів не має. Хронометраж відео: 9 хвилини 56 секунд. Першоджерело, яке зазначене під відео: Rodex.

Відео «Розстріл активістів на Інститутській» містить кадри масових розстрілів протестувальників, тому має вікові обмеження. Викладено на Youtube-каналі видання INSIDER. Дата викладення: 20 листопада 2014 року. Станом на листопад 2022 року відео набрало 898 переглядів, 1 вподобання, коментарів не має. Хронометраж відео: 6 хвилин 26 секунд. Відео змонтоване з декількох інших, взятих з інших Youtube-каналів: «TomahawkVideo», «sprotiv», «dymovskiy name».

Відео «Втеча Януковича» містить кадри з камер спостереження у Межигір'ї, які потрапили до мережі після втечі Януковича. До зображення додали музику. Викладено на Youtube-каналі видання INSIDER. Дата викладення: 20 листопада 2014 року. Станом на листопад 2022 року відео

набрало 2512 переглядів, 4 вподобання, коментарів не має. Хронометраж відео: 3 хвилини 45 секунд. Першоджерело, яке зазначили під відео: «dima mokilltchuk».

Канал видання INSIDER на Youtube було створено у грудні 2013 року і має, станом на листопад 2022 року зовсім малу кількість підписників – 171. Але тут варто враховувати і те, що видання вже не існує 7 років. Окрім відео, використаних у проекті, на каналі є й інші, присвячені подіям на Майдані. Але якоїсь логіки викладу відео та оформлення не проглядається. Також є недолік у відео, залучених до мультимедійної історії: кожне складається ніби з двох частин – одна зі звуком, а інша – та сама картинка, але без звуку. Тому глядачеві доводиться дивитись повтор.

Ще одним важливим елементом мультимедійного проекту «Історія Євромайдану» є інфографіка. Вона представлена у вигляді картинки, і не має додаткових ефектів та посилань. На ній зображена карта України, поділена на адміністративні області. Основна інформація представлена шістьма видами позначок та червоними і білими колами, для позначення обласних центрів. Позначки схематичні і присвячені подіям, що відбувалися по всій Україні під час Євромайдану. У карти є легенда, у якій і пояснюються позначки: пікети, захоплені адміністративні будівлі, організовані активісти, футбольні фанати, поранені (вбиті) журналісти, відставка чиновників. Червоні кола означають міста, у яких відбувалися революційні події, білі – у яких нічого з переліченого у легенді не сталося. Особлива позначка, що не зазначається у легенді – біля Києва, означає центр, де і відбувалась Революція Гідності. Дану інфографіку автори проекту запозичили з «Громадського Телебачення» (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Інфографіка, використана у проекті «Історія Євромайдану»

Усі елементи мультимедійної історії були внесені у базу даних, яка розміщується у додатку А. Вона налічує дев'ять колонок. Перша – порядковий номер. У другій вказана назва лонгріду та його обкладинка, за яку слугує початок історії. У третій зазначені автори історії: автор ідеї та тексту та відповідальний за верстку та програмування. У четвертій вказана кількість цитат, виділених у тексті. У п'ятій – кількість використаних відеоматеріалів. У шостій – загальна кількість розміщених фотографій. У сьомій – кількість анімаційних деталей, у даному випадку – фон для заголовку усього мультимедійного проекту. Восьма колонка під назвою «Інше» містить інформацію про решту елементів. У цьому випадку він лише один – інфографіка. І у дев'ятій колонці під назвою «Посилання» розміщені посилання на усі відео, використані в історії.

Простежити те, як саме сприйняла аудиторія мультимедійний проект «Історія Євромайдану», досить важко. Чи не єдиним критерієм є позначка з кількістю поширень у Facebook – їх набиравлось 1,3 тисячі. Про невелику кількість читачів свідчать перегляди відео, що супроводжують історію, на Youtube – найпопулярніше з них не перевищує 1,5 тисячі переглядів. Якихось відгуків та коментарів щодо проекту, у мережі майже немає.

Отже, проект «Історія Євромайдану» є однією з перших яскравих спроб застосувати метод мультимедійного сторітелінгу, для висвітлення важливих та актуальних, для українського суспільства, подій. Загалом виданню INSIDER вдалося втілити задум – викласти хронологію подій Революції Гідності. А мультимедійні елементи: фото, відео та інфографіка, додають емоційності та допомагають заглибити читача у розповідь. Але у проекті «Історія Євромайдану» є суттєві недоліки, через які втрачається його оригінальність та цілісність. Наприклад, авторству INSIDER належить лише деяка частина фото, застосованих для розповіді, всі інші матеріали запозичені з соціальних мереж та інших видань. Це пояснюється тим, що видання INSIDER, на момент створення проекту, існувало лише рік, тому не мало значних фінансів для багатокomпонентної мультимедійної історії. А також потрібної кількості аудиторії, яка б оцінила такий інформаційний продукт.

РОЗДІЛ 3

СТРУКТУРА МУЛЬТИМЕДІЙНОГО СТОРІТЕЛІНГУ

ПРОЕКТУ «НАШІ 30»

«НАШІ 30» – це документальний мультимедійний проект, створений Лабораторією журналістики суспільного інтересу. Це медіастартап і продакшн, як визначають її самі засновники. Лабораторію журналістики суспільного інтересу створили у квітні 2020 року, а очолила її Наталя Гуменюк, журналістка та колишня керівниця громадської організації «Громадське телебачення». Крім неї, до медіастарту долучилися: Ангеліна Карякіна, журналістка та колишня головна редакторка «Громадського телебачення», Пітер Померанцев, Директор програми Арена, науковий співробітник SNF Agora Institute при Університеті Джонса Гопкінза, Денис Кобзін, соціолог та директор Харківського інститут соціальних досліджень, Ігор Балинський, керівник і засновник Школи журналістики Українського католицького університету¹.

Метою Лабораторії є створення матеріалів на суперечливі і складні для українського суспільства теми, не тільки для їхнього всебічного висвітлення, а і вирішення соціальних проблем, яким вони присвячені. Адже саме це передбачає журналістика суспільного інтересу. «...Ми не бачимо себе ані просто аналітичним центром, який роздає поради, ані медіапродакше\ном, ані медіаплатформою. Ми все одразу – середовище, яке виробляє, інтерпретує дані і знаходить для них найкраще мультижанрове застосування. Це повністю експериментальний формат. Якого в Україні ще не було...»². Лабораторія не тільки зосереджується на створенні контенту у різних формах, а і на дослідженні реакцій аудиторії на них, щоб спроектувати робочу редакторську стратегію у майбутньому.

¹ Лабораторія журналістики суспільного інтересу. URL: <https://journalab.online>.

² Наталя Гуменюк: «Якщо наші рекомендації візьмуть до уваги олігархічні медіа – я буду тільки рада» // Detector Media. 16 травня 2020. URL: <https://detector.media/community/article/177198/2020-05-16-natalya-gumenyuk-yakshcho-nashi-rekomendatsii-vizmut-do-uvagy-oligarkhichni-media-ya-budu-tilky-rada/>.

Як і будь-який стартап, Лабораторію журналістики суспільного інтересу створювали за рахунок особистих внесків кожного з партнерів. Але у подальшому планували залучати спонсорів, брати участь у різних конкурсах. Адже одним із принципів, які заклали у неї засновники, є доступність та відкритість напрацювань, для створення дискусії на суспільно-важливі теми, а не орієнтування на комерційне фінансування. Загалом команда Лабораторії відкрита для партнерства, у залежності від тем та проведених досліджень. Партнером, на різних умовах, можуть стати будь-які медіа та організації.

В основі кожного дослідження лежить низка гіпотез, які у результаті підтверджують або спростовують. Саме тому, до Лабораторії входять соціологи, які мають розробити методологічну базу для формулювання механізмів і рекомендацій щодо вирішення суспільно-важливих проблем. «...Ми знімаємо відео за найкращими журналістськими практиками, потім перевіряємо їх вплив за допомогою різних досліджень. Соціологи випрацювали методологію, яку можна застосувати у такий короткий термін. Вони провели глибинні опитування і дійшли до не очевидних висновків, або підтвердили те, до чого деякі медіа дійшли інтуїтивно. Ми даємо можливість спиратися на факти. Ми разом з аналітиками поєднуємо соціологічні та журналістські напрацювання. Кінцевий продукт – історії, які виходять в ефір, поради та редакційні стратегії...»¹.

Пілотне дослідження команди Лабораторії, під назвою «Від недовіри до солідарності: як розповідати про пандемію коронавірусу?»². Початкова гіпотеза була: найбільше українці довіряють волонтерам. Тому вони стали головними героями п'ятих відео-історій. Потім, як партнер проекту, їх на своїх ресурсах транслювало Суспільне. Соціологи Харківського інституту соціальних досліджень, спільно з лондонськими колегами, аналізували за допомогою інтерв'ю реакції аудиторії. І на останньому етапі були розроблені

¹ Наталя Гуменюк: «Якщо наші рекомендації візьмуть до уваги олігархічні медіа – я буду тільки рада» // Detector Media. 16 травня 2020. URL: <https://detector.media/community/article/177198/2020-05-16-natalya-gumenyuk-yakshcho-nashi-rekomendatsii-vizmut-do-uvagy-oligarkhichni-media-ya-budu-tilky-rada/>.

² Від недовіри до солідарності: як розповідати про пандемію коронавірусу? URL: <https://journallab.online/covid19>.

редакційні стратегії щодо висвітлення теми коронавірусної епідемії для українських видань.

У 2022 році Лабораторія журналістики суспільного інтересу стала одним з лауреатів премії Democracy Award 2022, створена Національним фондом на підтримку демократії (США). Її вручають щороку з 1991-го організаціям та діячам, які просувають справу захисту прав людини та демократії у світі¹.

Першим документальним мультимедійним проектом Лабораторії журналістики суспільного інтересу стала історія про українського журналіста Георгія Гонгадзе – «Справа Гонгадзе як дзеркало епохи»². Вона присвячена спогадам про Гонгадзе та розслідуванню його вбивства, аналізу подій, які призвели до Помаранчевої Революції та Євромайдану. Історія включає документальний фільм «Вбивство Гонгадзе: 20 років у пошуках правди» та його аудіо-версію у форматі подкасту, серію 18 розповідей колег та друзів про українську журналістику та Україну часів Леоніда Кучми. Створення фільму відбулось за підтримки Фонду розвитку ЗМІ Посольства США в Україні, USAID, Internews, Європейського Союзу, CFI, Посольства Королівства Нідерланди та за участі Суспільної телерадіокомпанії України АТ НСТУ, яка транслювала його³.

Документальний мультимедіа проект «НАШІ 30» запустили у квітні 2021 року. Одним із замовників стала Суспільна телерадіокомпанії України АТ НСТУ, яка транслювала епізоди документального серіалу, які є компонентами мультимедійної історії, у теле- та радіоефірах. Як описують проект його автори: «...НАШІ 30 – документальний мультимедіа проект Лабораторії журналістики суспільного інтересу для Суспільного мовника до 30-ї річниці Незалежності України про історію 90-х років, розказану самими українцями... Проект заснований на історичних даних документах та архівних

¹ Чотири українські організації отримали премію Democracy Award-2022 // Читомо. 9 червня 2022. URL: <https://chytomo.com/chotyry-ukrainski-orhanizatsii-otrymaly-premiyu-democracy-award-2022/>.

² Справа Гонгадзе як дзеркало епохи. URL: <https://journalab.online/projects/gongadze>.

³ В Україні запустили мультимедійний проект про справу Георгія Гонгадзе // Detector Media. 30 листопада 2020. URL: <https://detector.media/production/article/182944/2020-11-30-v-ukraini-zapustily-multymediynyy-proiekt-pro-spravu-georgiya-gongadze/>.

відомостях, а «жива історія» – на відео спогадах самих українців, свідків подій епохи 1990-их, які збирає команда документалістів. Проект наповнює історію наших 1990-их голосами її справжніх свідків – самих українців, які змогли подолати перешкоди тоді і тепер можуть розказати, як це було...»¹. Проект розробила команда з 15 людей: керівниця, продюсерка і головна редакторка Наталя Гуменюк, режисерка Анна Цигима, відеографи та автори, що збирали матеріал та створювали відео, редактори, та соціологи Пітер Померанцев та Марія Монтан'ю.

Загалом проект «НАШІ 30» складається з трьох великих частин, у різних форматах: документальний серіал «НАШІ 30», що складається з 9 епізодів, 20 подкастів НАШІ 30, та 9 лонгвідів, у яких зібрані відео- та аудіо- хроніки, карти, таймлайни подій, спогади та архівні документи (рис. 3.1). Назва кожного лонгвіду відповідає назвам фільмів та подкастів: « «Чуєш гуркіт касок?» шахтарські протести», « «Горів не блок». Екопротести після Чорнобиля», « «Ми вас туди не посилали...» Афганська війна», «Я не зламалась», «Самоповернення в Крим», «Все дозволено!», « «З ногами на вівтар. Біле братство», «Швидше, вище, сильніше в 90-ті», «Той день, коли».

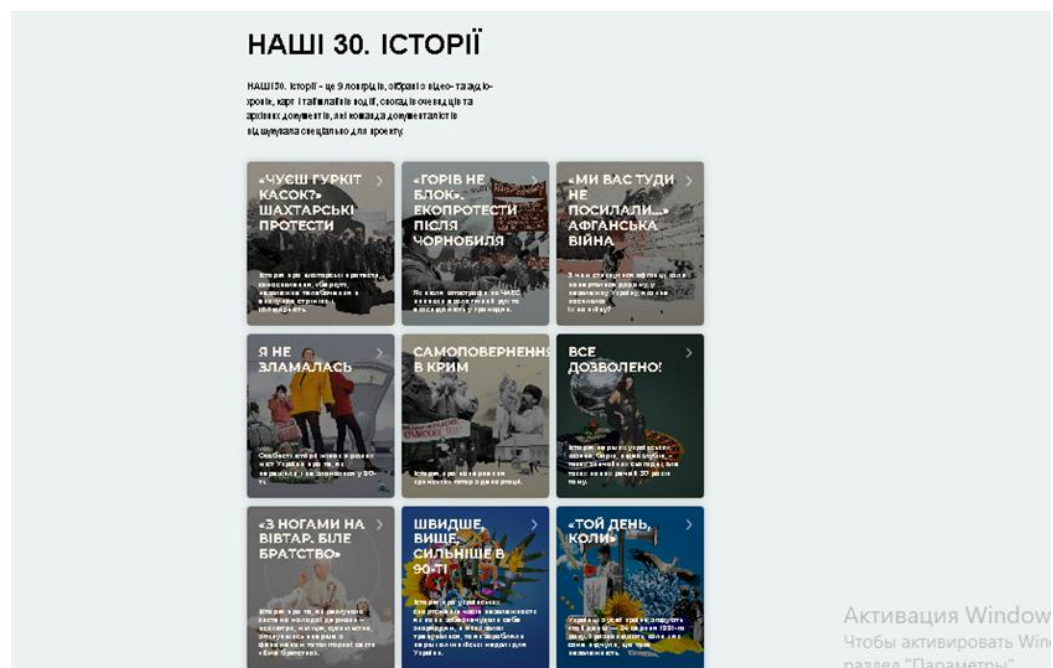


Рис. 3.1. Дев'ять лонгвідів, з яких складається проект «НАШІ 30»

¹ НАШІ 30. Про проект. URL: <https://90.in.ua/about>.

Якщо звертатися до критеріїв¹, за якими визначають формат, то кожна із 9 історій відповідає їм. Великий обсяг тексту: є основний текст та окремо винесені цитати. Текст, написаний журналістами Лабораторії журналістики суспільного інтересу, на основі спогадів та архівних матеріалів. Використовуються мультимедійні елементи: фото, відео, інфографіка, таймлайн. Застосована особлива верстка з використанням ефектів.

Згідно з класифікацією американських дослідників П. Грабовича, Р. Ернандеса і Дж. Ру, «НАШІ 30» – це історія за нелінійною формою з використанням мультимедійних елементів, що вбудовані у текст. Основний текст подається у вигляді лінійної розповіді, а мультимедіа є доповненням. Кожен з 9 лонгвідів є окремим блоком, з власною структурою та героями, однієї історії про Україну 90-х. Таким чином читач може сам обирати, як читати матеріал, чим почати і чим закінчити.

Якщо класифікувати проект «НАШІ 30» за жанром, то її текст відповідає ознакам емоційної журналістики. Це нарис, у якому репортажні, наочні особливості поєднуються з аналітичними. В основному тексті висвітлюються історичні факти та проблемні питання. А доповнення у вигляді цитат, що є здебільшого спогадами героїв, додають емоційності та дозволяють побачити ситуацію «зсередини».

Історії проекту мають схожу композицію – вступ, поділ частини, мультимедійні елементи та стиль. Але кожна має відмінності. Лонгвід «Чуєш гуркіт касок?» «Шахтарські протести» складається з шістьох частин, у яких розповідається про життя шахтарів України напередодні розпаду Радянського Союзу. Починається історія з колажу, де зображені страйкуючі шахтарі (рис. 3.2), поряд з назвою лонгвіду, нижче невеликий вступ, щоб читач зміг зрозуміти, про що йтиметься.

¹ Мацишина І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгвіду) // Крос-медіа: контент технології, перспективи: колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 149-159.

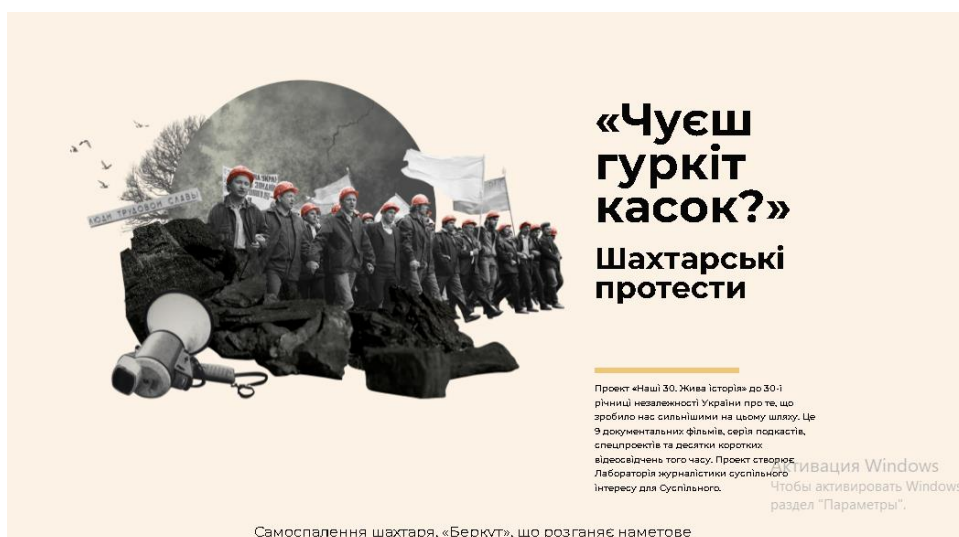


Рис. 3.2. Початок лонгріду «Чуєш гуркіт касок?»

Стиль історії: рожевий фон, основний текст – шрифт Arial, розмір – 15 кегль, є цитати, що переривають текст. Одні з них – винесені на тмяно-жовті прямокутники, їхній текст виділений жирним курсивом, а також розміщується фото героя, це можна побачити на рис. 3.3. Інші застосовуються тоді, коли герой уже був представлений, тому вони не мають особливого фону та фото, а тільки відділяються від тексту жирним курсивом.



Рис. 3.3. Оформлення цитат у лонгріді «Чуєш гуркіт касок?»

Загалом історія містить такі елементи: текст і виокремлені 12 цитат, 7 колажів, 2 відео, 6 vox pop (короткі інтерв'ю, з декількома фразами героя), 1 подкаст, 6 фотографій, таймлайн (з використанням п'яťох фото), 1 карта з позначками страйків. І окремий розділ «Жива історія» налічує 19 відео.

Після вступної частини, окремими блоками, розміщуються: серія документального серіалу, який можна переглянути під час читання (рис. 3.4), та подкаст із двох частин, начитаний поетом Сергієм Жаданом, і який можна прослухати на відповідних платформах.

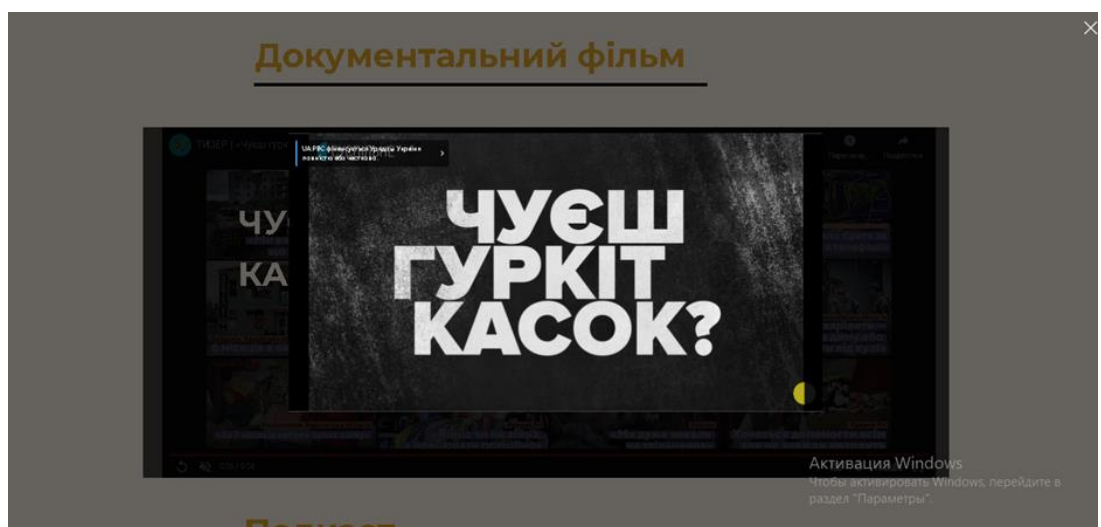


Рис. 3.4. Епізод документального серіалу, розміщений у лонгріді «Чуєш гуркіт касок?»

Далі історія розподіляється на чотири частини. Перша під назвою «Як все починалося» містить текст, який переривається двома цитатами шахтарів, поряд з якими розміщується фото автора з підписом. А також таймлайн, поділений на чотири секції, відповідно до року страйку, а фоном слугує чорно-біла фотографія шахтарів. Якщо навести на позначку року – фон змінюється і у нижній частині з'являється підпис до фотографії, що з'явилася (рис. 3.5).

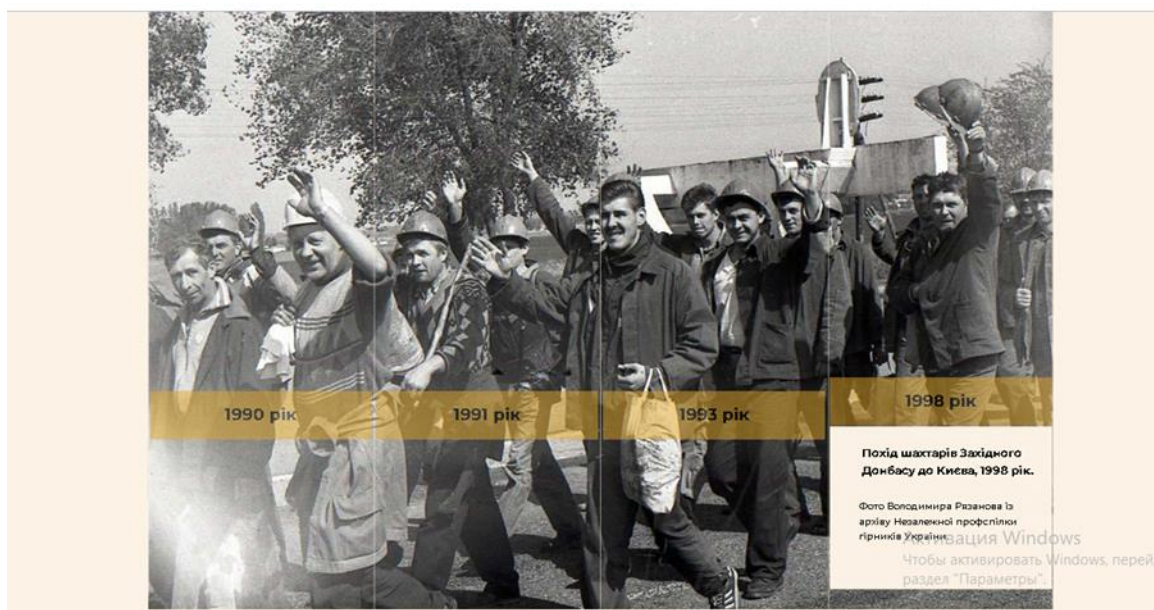


Рис. 3.5. Таймлайн, розміщений у лонгріді «Чуєш гуркіт касок?»

Друга частина під назвою «Незалежність» розповідає про страйки після проголошення Незалежності. Вона складається з: фотографії мітингу шахтарів у Донецьку з невеликим текстом, яка займає усю сторінку, слайд-шоу з п'яти вертикальних і горизонтальних фото (рис. 3.6) , фоном для якого слугує інше архівне фото.



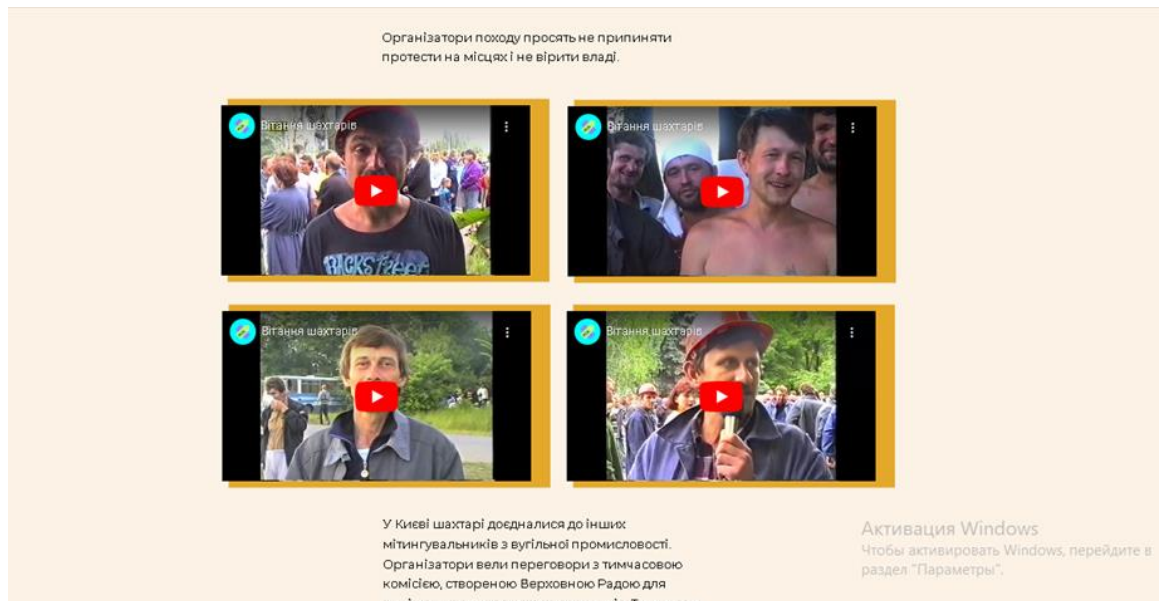
Рис. 3.6. Слайд-шоу, розміщене у лонгріді «Чуєш гуркіт касок?»

А також карти України, на яку нанесені позначки про страйки у 1991 році (рис. 3.7), два колажі, тексту, який супроводжує фото та цитати героїв: одна в тексті, інша винесена на тьмяно-жовтий фон.



*Рис. 3.7. Інфографіка у вигляді карти України у лонгріді
«Чуєш гуркіт касок?»*

Третя частина – «Похід на Київ» починається з колажу, поряд з яким, у лівому нижньому кутку, розміщується, 13-секундне відео ходи шахтарів у 1998 році. Основний текст переривається різними цитатами героїв, ще двома невеликими відео та 3 фотографіями. А також окремим блоком із чотирьох 10-секундних відео з вітаннями шахтарів – учасників протестів 1998 року (рис. 3.8). І четверта частина під назвою «Беркут у Луганську» містить текст, 6 різних цитат, три колажі, та блок з 6 фото.



*Рис. 3.8. Частина з короткими відео, розміщена у лонгріді
«Чуєш гуркіт касок?»*

Кінцівкою історії, у цьому та інших лонгрідах проекту, є частина під назвою «Наші тридцять. Жива історія». Вона створена для своєрідної рефлексії: після прочитання лонгріду, кожен може надіслати у редакцію відео зі спогадами – власними, друзів, родичів, знайомих, про ту чи іншу подію.

Лонгрід «Горів не блок». Екопротести після Чорнобиля» також складається з шістьох частин і має схожий початок історії: вступ, документальний фільм та подкаст. Але форма розповіді та стиль історії дещо відрізняється від попереднього лонгріду «Чуєш гуркіт касок?...». Змінюються кольори оформлення фону, та шрифту. Друга після вступу частина під назвою «Аварія» починається з таймлайну (рис. 3.9). За принципами створення він відрізняється від того, що був у першій історії. Таймлайн поділений на чотири періоди – перші дні після вибуху на ЧАЕС, опис кожного винесений у прямокутник. Над ними колаж у вигляді невеликих деталей, символів аварії. Деякі з них – анімовані, тому при переході на цю частину складається ефект руху.



Рис. 3.9. Таймлайн у лонгріді «Горів не блок»

Одразу після таймлайну розміщується інфографіка, яка візуально та за виконанням є складнішою від тієї, що була у попередній історії. У неї є фон у вигляді колажу, а дані починають з'являтися поступово, з кожним просуванням читача униз історії. Після перегляду інфографіки одна з деталей колажу – машина швидкої допомоги починає рухатися і немовби виїжджає за межі сторінки (рис. 3.10). Вона слугує переходом до наступного блоку цієї частини.



Рис. 3.10. Інфографіка у лонгріді «Горів не блок»

Наступна частина складається з: пояснювального тексту про народжуваність після аварії (додане і гіперпосилання на сторінку Chornobyl Centre, звідки і були взяті дані), цитати з чорно-білим фото героїні, та 10-секундного відео інтерв'ю з жінками. Цей блок має фон – клуби диму, та смужки двох кольорів (рис. 3.11).



Рис. 3.11. Оформлення цитат у лонгріді «Горів не блок»

Так само блоки зі спогадами та текстом оформлюються і у інших частинах історії. У деяких, фото героя рухоме, і з'являється при переході до блоку. Є блоки і з поєднанням цитат: з обох сторін фото героя розміщені стрілки, при натисканні – зображення героя змінюється разом зі словами збоку (рис. 3.12).

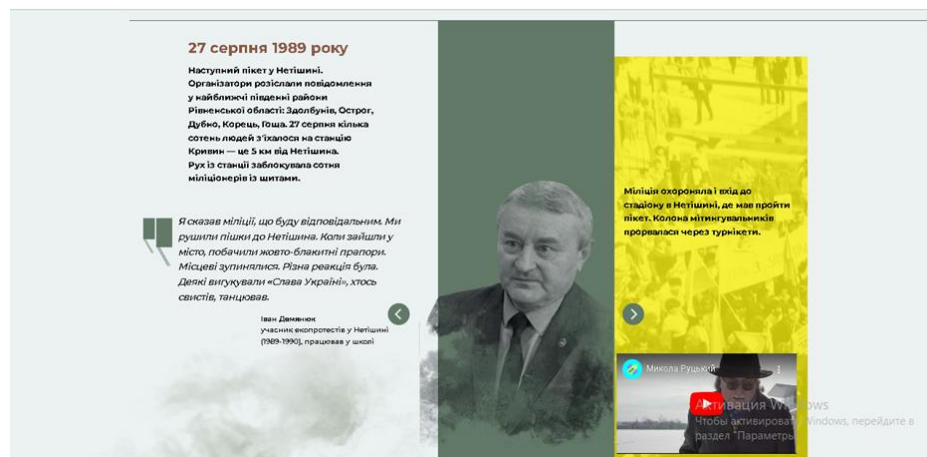


Рис. 3.12. Частина з поєднанням цитат у лонгріді «Горів не блок»

Частина «Труби Коксохіму» починається з відео із видами промислового району Запоріжжя, яке слугує фоном і відіграється автоматично, при переході до цього блоку. У правій частині сторінки розміщується текст на тьмяно-жовтому фоні. Також, в останньому блоці цієї частини, відео слугує фоном, на якому розміщуються два невеликих відео та текст (рис. 3.13).

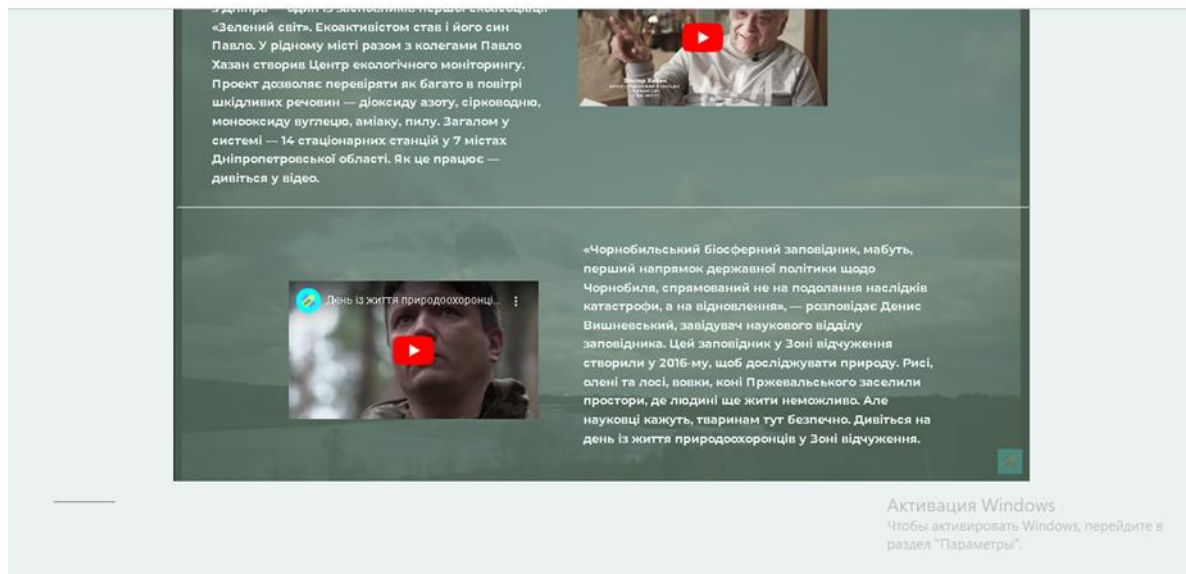


Рис 3.13. Використання відео як фону у частині лонгріду «Горів не блок»

Загалом історія містить такі елементи: текст і виокремлені 17 цитат з фото, 9 колажів, 11 відео, 1 vox pop (короткі інтерв'ю, з декількома фразами героя), 1 подкаст, 1 окреме фото, таймлайн (використаний колаж), 2 анімації, інфографіка (використаний колаж), 2 слайд-шоу (перше з використанням 8 фото, друге – 7 фото), окремі деталі – 3. І окремий розділ «Жива історія» налічує 27 відео.

Лонгрід «Ми вас туди не посилали» присвячений Афганській війні. Як і попередні він має стандартний початок та поділ на частини. Але змінюються стиль та кольори, а також композиція історії. Тому з'являються нові візуальні ефекти. Наприклад, цитати або коротка розповідь героя оформлюються у формі великих зображень чорних ком, у яких розміщується чорно-біла фотографія, і червоної крапки поряд (рис. 3.14).



Рис. 3.14. Оформлення цитат у лонгріді «Ми вас туди не посилали»

Або у третій частині історії під назвою «Повернення», у правій частині розміщується текст з біографіями та спогадами героїв, а у лівій – фото, які змінюються при просуванні далі, як це можна побачити на рис. 3.15. У лонгріді є і інфографіка, але оформлена вона інакше, ніж у попередніх: необхідні цифри винесені окремо та виділені кольором, поряд колаж із символами воїнів-афганців (рис. 3.16). Ще один відмінний елемент цієї історії – збірка тематичних пісень у форматі відео, які можна вмикати під час прочитання.



Рис. 3.15. Текст з супроводжуючими фото у лонгріді «Ми вас туди не посилали»

Загалом історія містить такі елементи: текст і виокремлені 4 цитати з фото, 9 колажів, 5 відео, збірка з 11 пісень (представлені як відео у Youtube), 1 подкаст, 13 фото, 1 таймлайн (використаний колаж), 2 анімації, окремі деталі – 4. І окремий розділ «Жива історія» налічує 31 відео.



Рис. 3.16. Інфографіка у лонгріді «Ми вас туди не посилали»

Наступний лонгрід проекту – «"Я не зламалась". Чи вижили б ви у 1990-ті», присвячений українським жінкам та як вони пережили цей період. Саме питання у назві наштовхує читача на думку про те, що історія буде сприйматися як гра. Тому кожна частина історії – це крок квесту, створений на основі історій трьох жінок, які пережили 1990-ті. Обираючи шлях у квесті, читач максимально наближується до реальної історії. Спогади оформлюються окремими цитатами, а в основному тексті водночас подається опис життя, статистика та «інструкції» для читача щодо того, яким чином ви б діяли у цій ситуації. Це доповнюється слайд-шоу, окремими фото та різними колажами. Деякі з них, при переході до них рухаються. Цікавою деталлю є заголовок лонгріду під назвою «Шлях №3 – піти в моделі». Він схований під двома шторами, які розсуваються з кожним прокручуванням униз, а потім вони стуляються і з'являється колаж з героїнями історії (рис. 3. 17).



Рис. 3.17. Заголовок з анімацією у лонгріді «Я не зламалась»

Загалом історія містить такі елементи: текст і виокремлені 14 цитат з фото, 12 колажів, 3 відео, 1 vox pop (короткі інтерв'ю, з декількома фразами героя), 1 подкаст, 2 окремих фото, 1 слайд-шоу (з використанням 6 фото), анімація – 5 елементів, окремі деталі – 15. І окремий розділ «Жива історія» налічує 18 відео.

Лонгрід «Самоповернення в Крим» присвячений життю кримських татар після масового повернення на півострів на початку 1990-х. Історія, як і всі інші у проекті має власний стиль та кольори. У ній присутні усі мультимедійні елементи, що були і попередніх. Але є певні відмінності у принципах створення цих елементів. Наприклад, інфографіка на цей раз подана у вигляді поєднання тексту, що розміщується у правій частині сторінки, і картинок, що змінюються у залежності від періоду, на якому зупинився читач (рис. 3.18).

Загалом історія містить такі елементи: текст і виокремлені 16 цитат з фото, 6 колажів, 5 відео, 1 vox pop (короткі інтерв'ю, з декількома фразами героя), 1 подкаст, 26 окремих фото, 5 слайд-шоу (перше з використанням 20 фото, друге – 3 фото, третє – 7 фото, четверте – 13 фото, п'яте – 9 фото), окремі деталі – 18, 1 таймлайн – із застосуванням 5 окремих деталей. І окремий розділ «Жива історія» налічує 25 відео.

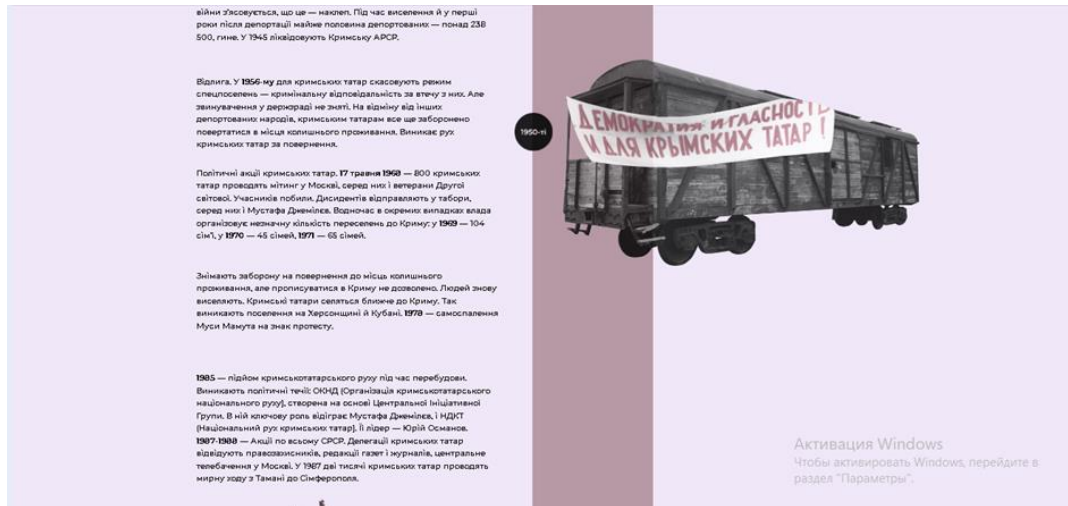


Рис. 3.18. Інфографіка у лонгріді «Самоповернення в Крим»

Лонгрід «Все дозволено» розповідає про розваги, моду та нічне життя у 1990-х. Композиційно він схожий і на попередні історії, але відповідно має власну стилістику. Але у ньому є і відмінність, яка дещо вирізняє його з-поміж інших. Спогади двох героїв оформлені як переписка у соціальних мережах. Це дає можливість познайомитися зі спогадами одразу декількох людей у цікавому форматі (рис. 3.19).

Загалом історія містить такі елементи: текст і виокремлені 16 цитат з фото, і на додачу цитати у формі діалогу – 6, 11 колажів, 2 відео, 1 подкаст, 1 окреме фото, 1 слайд-шоу (з використанням 7 фото), окремі деталі – 16, анімація -1. І окремий розділ «Жива історія» налічує 13 відео.



Рис. 3.19. Оформлення цитат у лонгріді «Все дозволено»

Лонгрід «З ногами на вівтар»: історія найвідомішої секти 1990-х» розповідає створення та діяльність однієї з найвідоміших сект у пострадянських країнах. Принцип створення цієї історії такий самий як у попередніх: документальний серіал, подкаст, текст, з додаванням спогадів героїв, оформлених як окремі цитати з додаванням обрамленим фото героя, численні колажі, деталі яких рухаються, по ходу просування по тексту, короткі відео та фото. Загалом історія містить такі елементи: текст і виокремлені 11 цитат з фото, 8 колажів, 4 відео, 1 подкаст, 3 окремих фото, окремі деталі – 6, анімація – 2.



Рис. 3.19. Колаж у лонгріді «З ногами на вівтар»

Лонгрід «Швидше, вище, сильніше в 90-ті» присвячений життю українських спортсменів та їхнім виступам на Олімпійських іграх. У порівнянні з іншими лонгрідами проекту, у ньому немає складно сконструйованих блоків. Так само є колажі, фото та відео, цитати, що супроводжують. А особливістю є невелика довідка, з лівого боку від тексту, про здобутки нашої збірної на кожний Олімпійських іграх, які припали на 1990-ті роки (рис. 3.20). Загалом історія містить такі елементи: текст і

виокремлені 11 цитат з фото, 7 колажів, 2 відео, 1 подкаст, 8 окремих фото, окремі деталі – 6, 1 – анімація, довідка про нагороди – 5.



Рис. 3.20. Оформлення довідкової інформації у лонгріді «Швидше, вище, сильніше»

І останній лонгрід «Той день, коли» про 24 серпня 1991 року та спогади про нього українців. Як і в лонгріді про українських олімпійців, у ньому немає складних елементів. «Ефект присутності» надають фото, колажі та відео моменти, і традиційні, для усіх лонгрідів, цитати героїв (рис.3.21). Закінчується історія збіркою з 82 відео зі спогадами звичайних українців. Загалом історія містить такі елементи: текст і виокремлені 26 цитат з фото, 12 колажів, 1 відео, 1 подкаст, 1 окреме фото, 1 – анімація, і окремий розділ «Жива історія» налічує 82 відео.

Перераховані структурні елементи кожного з дев'яти лонгрідів мультимедійного проекту «НАШІ 30» розміщені у базі даних, представленої у додатку Б. Вона складається з дев'яти колонок. У першій зазначається порядковий номер лонгріду. У другій вказується його назва та обкладинка. У третій – автори серій документального серіалу, подкастів та основного тексту. У четвертій – кількість винесених цитат героїв у лонгріді. У п'ятій – кількість використаних фото та відео. У шостій вказується кількість колажів у історії. У

сьомій – кількість анімаційних елементів. У колонці «Інше» вказується решта елементів, що зустрічаються в лонгрідах: окремі деталі, слайд-шоу, таймлайни, інфографіка, vox pop. І у восьмій колонці розміщуються посилання на складові частини лонгріду: серій документального серіалу та подкастів.

Проект «НАШІ 30», був розроблений на замовлення Суспільного, тому отримав не тільки фінансову підтримку мовника, а і ефірний час. Документальний серіал протягом декількох місяців транслювався на телеканалах суспільного мовника. Тому це привернуло увагу великої аудиторії. До того ж окремі серії показували на мистецьких заходах у різних містах України.

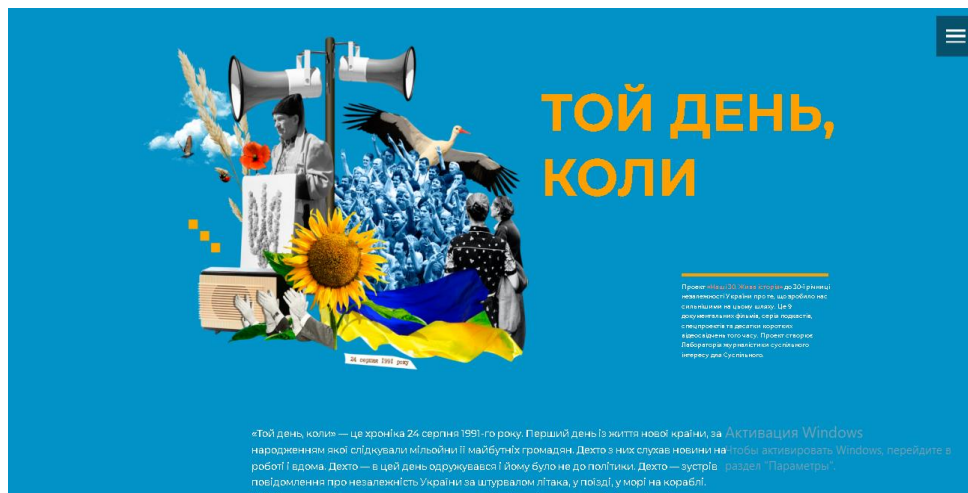


Рис. 3.21. Початок лонгріду «Той день, коли»

В Івано-Франківську влаштували безкоштовні покази 5 серій, в одному з мистецьких просторів міста¹. Або у місті Жмеринка, відкритий показ серіалу організував міський відділ молоді та спорту, напередодні Дня Незалежності². Також серії та промо до проекту були викладені на Youtube-каналі «Суспільне Новини», а також відповідно на каналі Лабораторії журналістики суспільного

¹ «Наші 30» в Івано-Франківську: «Вагабундо» запрошує на документальні фільми про буремні 1990-ті // KURS. 04.10.2021. URL: <https://kurs.if.ua/culture/nashi-30-v-ivano-frankivsku-vagabundo-zaprosuhye-na-dokumentalni-filmy-pro-buremni-90-ti/>.

² Як провести вечір 17 серпня: запрошують на фільм «Наші 30» // Жмеринка. City. 17. 08. 2021. URL: <https://zhmerynka.city/articles/159869/yak-provesti-vechir-17-serpnya-zaprosuhyut-na-film-nashi-30>.

інтересу, де окрім документального серіалу також розміщені усі відеоматеріали, залучені у проєкті.

Канал «Суспільне Новини» на листопад 2022 року, канал нараховує 321 тисячу підписників, а усі дев'ять серій проєкту розміщенні в окремому списку відтворення, поряд з іншими рубриками та проєктами. Кожна серія має певну кількість коментарів та вподобань: якась зібрала більше, а якась менше.

Серія «Чуєш гуркіт касок? ...» була викладена 20 квітня 2021 і має: 49 548 переглядів, 2500 вподобань та 271 коментар. Серія «Горів не блок», викладена 25 квітня 2021 року і має: 43 883 перегляди, 710 вподобань та 46 коментарів. Серія « Ми вас туди не посилали...», викладена 3 травня 2021 року і має: 79 643 переглядів, 1 500 вподобань та 241 коментар. Серія «Українські жінки в 90-ті», викладена 11 травня 2021 року і має: 78 086 переглядів, 1500 вподобань та 256 коментарів. Серія «Самоповернення в Крим», викладена 17 травня 2021 року і має: 28 008 переглядів, 770 вподобань та 127 коментарів. Серія «Все дозволено», викладена 25 травня 2021 року, і має: 32 139 переглядів, 448 вподобань та 34 коментарі. Серія «3 ногами на вівтар», викладена 1 червня 2021 року, і має: 43 508 переглядів, 1100 вподобань та 354 коментарі. Серія «Швидше, вище, сильніше в 90-ті», викладена 30 червня 2021, і має: 34 345 переглядів, 447 вподобань та 34 коментаря. І остання серія «Той день, коли», викладена 23 серпня 2021 року, і має: 50 297 переглядів, 717 вподобань та 50 коментарів.

Завдяки кількості переглядів та коментарям на Youtube-каналі, де був викладений серіал, можна сказати, що проєкт привернув увагу аудиторії. Коментарі під відео загалом були позитивні, люди ділилися або враженнями про проєкт та серії, або власними спогадами про життя в 1990-х. Також проєкт має рубрику «Наші 30. Жива історія», що передбачає зворотній зв'язок: кожен може, після прочитання лонгріду, перегляду відео або прослуховування подкасту, поділитися власним досвідом та думками.

Отже, мультимедійний проєкт «НАШІ 30», створений Лабораторією журналістики суспільного інтересу, налічує дев'ять лонгвідів. У кожному, за

допомогою методу мультимедійного сторітелінгу, представлена повноцінна та багатокомпонентна історія про проблеми і особливості життя України 1990-х років. Загалом автори проекту змогли додати емоційності і створити ефект присутності, завдяки вдалому поєднанню тексту та мультимедійних елементів. Особливістю усіх лонгвідів є те, що документальний серіал, створений командою проекту – це основний елемент історії, у якому з’являються та діляться власними спогадами герої. Тому мультимедійна історія будується за його сюжетом, але з додаванням компонентів, що роблять історію цікавішою для читача. Це подкаст, слайд-шоу, інфографіка, таймлайн, колажі, виокремлені цитати, анімаційні та окремі елементи.

ВИСНОВКИ

1. У роботі було досліджено поняття мультимедійного сторітелінгу та мультимедійної історії. Зважаючи на те, що мультимедійність – це інтеграція декількох каналів комунікації, та передача інформації одразу декількома джерелами: аудіо, відео, візуальними комунікаціями. А сторітелінг – це один із засобів у журналістиці, який використовується для створення цікавої історії з: сюжетом, героями та емоціями. Відповідно мультимедійний сторітелінг – це метод роботи з інформацією, у результаті якого створюється мультимедійна історія, у якій текст поєднується з різними візуальними та інтерактивними елементами: фото, відео, аудіо, картами, іграми, інфографікою тощо.

2. Також було з'ясовано роль цього методу у сучасній журналістиці. Завдяки мультимедійним доповненням, історія викликає більший інтерес у читача, ніж простий текст, а також створюється ефект присутності. Вони допомагають відтворити умови, у яких перебувають герої, а читач виступає спостерігачем або учасником подій. Це викликає у нього емоції, таким чином проживаючи певний досвід. Відлік активному використанню мультимедійної історії у медіа, традиційно починають з проекту «The Snow fall», створений журналістами «The New York Times» у 2012 році. Відтоді відомі іноземні видання почали цей формат для оформлення великих та суспільно-важливих матеріалів. В Україні до нього починають звертатися починаючи з 2014 року, коли з'являються перші журналістські матеріали про події Революції Гідності.

3. У ході дослідження було виявлено особливості побудови мультимедійної історії та її елементів. Згідно з класифікацією американських дослідників П. Грабовича, Р. Ернандеса і Дж. Ру, їх мультимедійні історії, за принципом побудови, поділяють на три категорії, історія за: лінійною формою, нелінійною формою, та історія з домінантним елементом. У якості структурних елементів, зазвичай використовуються статичні ілюстрації, слайд-шоу, відео, аудіо, зокрема подкасти, інфографіка, таймлайн, онлайн-ігри, інтерактивні карти тощо. Також умовно мультимедійні історії

розподіляють на два жанри – раціональної журналістики (аналітична стаття, ньюз-фіче, коментар та експертне інтерв'ю) та емоційної журналістики (емоційний репортаж, фіче, особистісне інтерв'ю, портрет та нарис).

4. У дослідженні було відстежено використання методу мультимедійного сторітелінгу в українській журналістиці, на прикладі двох мультимедійних проектів – «Історія Євромайдану» та «Наші 30». Перший, створений видання INSIDER у 2015 році, це один лонгрід, у якому висвітлюється хронологія подій Революції Гідності. А другий, розроблений Лабораторією журналістики суспільного інтересу у 2021 році, складається з дев'яти самостійних лонгрідів, які об'єднані однією темою – життя українців у 1990-х роках. Порівнюючи проекти, можна зробити висновок, що мультимедійний сторітелінг поступово стає поширеним методом для подачі великих обсягів інформації, в українській журналістиці. Між проектами «Історія Євромайдану» та «Наші 30» помітна різниця не лише в обсягах та у складових, що супроводжують історію, а і у використанні мультимедійних елементів та підходів до їхнього створення.

Слід відзначити, що помітною тенденцією є створення таких мультимедійних проектів в українському медіа-просторі на честь якоїсь річниці чи пам'ятної дати. Це можна пояснити тим, що технологія виготовлення мультимедійної історії потребує значних фінансових ресурсів. Це прослідковується на прикладі, проаналізованих у роботі, історій. Адже над проектом «НАШІ 30», на відміну від «Історії Євромайдану», працювала достатньо велика команда, яка залучила багатьох спонсорів. А головним замовником і партнером стало «Суспільне», яке профінансувало проект та транслювало документальний серіал, тим самим збільшивши кількість аудиторії. Тому не кожне видання у нашій країні може собі дозволити створення повноцінного мультимедійного проекту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агенція сторітелінгу. URL: <https://agency.platfor.ma>.
2. Азеєв С. Трансмедійний сторітелінг як синергія жанрів, цифрового контенту та мультимедійних платформ. URL: <http://visnyk-philology.uzhnu.edu.ua/index.php/2308-3255/article/view/195600>
3. Академія Навичок, Сторітелінг: правила, техніки, корисні матеріали. URL: <https://eduhub.in.ua/news/storiteling-pravila-tehniki-korisni-materiali-ta-poradi>
4. Андерсон К. Успішні виступи на TED. Рецепти найкращих спікерів. Київ: Наш Формат, 2016. 256 с.
5. Блажеєвська Ю. Сторітелінг у сучасних українських ЗМІ // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації». 2020. URL: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/16527>.
6. Булаєва М. Мультимедійний лонгрид як новий журналістський формат / М. Булаєва. Томск: ТГУ, 2015. 121 с.
7. В Україні запустили мультимедійний проєкт про справу Георгія Гонгадзе // Detector Media. 30 листопада 2020. URL: <https://detector.media/production/article/182944/2020-11-30-v-ukraini-zapustily-multymediyyny-proiekt-pro-spravu-georgiya-gongadze/>.
8. Василик Л. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 52. С. 297–300.
9. Василик Л. Підручник з крос-медіа. Bonn: Schiller Publishing House, 2015. 138 с.
10. Васьківська О. Сторітелінг як інструмент соціальної журналістики // Modern international relations: topical problems of theory an practice: collective monograph / Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskop, Y. O. Voloshin

- Łódź: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. С. 280-284.
- 11.Вербовий Р. Інструментарій створення мультимедійного контенту // Крос-медіа: контент технології, перспективи : колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. 234 с.
 12. Від недовіри до солідарності: як розповідати про пандемію коронавірусу? URL: <https://journalonline/covid19>.
 - 13.Гордієнко Т., Толокольнікова К. Як стати гідом для свого читача: секрети сторітелінгу від журналіста The Wall Street Journal // Детектор медіа. – 2018. – 17 серпня. URL: <https://detector.media/production/article/140223/2018-08-17-yak-stati-gidom-dlya-svogo-chitacha-sekreti-storitelingu-vid-zhurnalista-the-wall-street-journal/>
 - 14.Городенко Л. Теорія мережевої комунікації: монографія. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2012. 387 с.
 - 15.Градюшко А. А. Мультимедийная история и сторителлинг в структуре современной вебжурналистики // Международная журналистика-2016: турбулентность межгосударственных отношений и медиа: материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 18 февр. 2016 г. Минск: Изд. центр БГУ. 2016. С. 87-91.
 - 16.Дьюз М. Что такое мультимедийная журналистика? URL: <http://www.redactor.in.ua/internet/322.html>.
 - 17.Женченко М. Поняття «мультимедіа», «крос-медіа», «трансмедіа» у науковому дискурсі цифрової доби. Київ: Наукові записки Інституту журналістики, 2013. Т. 52. С. 72–75.
 - 18.Засядько Н., Монахова Т. Сторітелінг як один із найзатребуваніших сучасних текстових форматів // Інновації та особливості функціонування ЗМІ України: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. С. 52-61.

- 19.Золотухин, А. А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 2. С. 93–96.
20. Insider підготував мультимедійну хроніку української революції // Detector Media. 22 листопада 2014. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/11891/2014-11-22-insider-pidgotuvav-multymediynu-khroniku-ukrainskoi-revolvyutsii/>.
21. Історія Євромайдану// INSIDER. URL: <http://www.theinsider.ua/history-euromaidan/>.
- 22.Качкаева А. Г., Кирия И. В. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М.: Аспект Пресс, 2010. 200 с.
- 23.Колесниченко А. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медiascope. 2015. Вып 1.
- 24.Колесниченко А. Практическая журналистика: учебное пособие. М., 2008.
- 25.Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна моногр. / Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
- 26.Куцай Т. Сторітелінг як важлива інформаційна технологія та ДНК інформації. Інтегровані комунікації, 2020. №8. С. 42-46. URL: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2019.2.4>
- 27.Лабораторія журналістики суспільного інтересу. URL: <https://journlab.online>.
- 28.Лешко У. Лонгрід як форма сучасної мультимедійної журналістики // Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». 2020. Вип. 48. С. 180-187.

- 29.Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти // Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». Вип. 44. С. 246-251.
30. Лонгрід – це рушниця, що вистрілює декілька разів – редактор Focus.ua // European Journalism Observatory. 25.10.2016. URL: <https://ua.ejo-online.eu/3276/etyka-ta-yakist/лонгрід-це-рушниця-що-вистрілює-дек>.
- 31.Лосева Н. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М.: Аспект Пресс, 2010. С. 129–135.
- 32.Лукина М., Лосева Н. Контент интернет-СМИ // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обучающим семинарам. Екатеринбург, 2010. С. 131-132.
- 33.Макки Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только URL: <https://mybook.ru/author/robert-makki/istoriya-na-million-dollarov-master-klass-dlyasce/read/>
34. Макки Р. Сториномика: Маркетинг, основанный на историях, у пострекламном мире. Пер. з англ. М.: Альпина нонфикшн, 2019. 280 с.
- 35.Марк Лівін. Сторітелінг для очей, вух та серця. Київ: Наш Формат. 2020. 184 с.
- 36.Матс Вікман. Сторітелінг – це як складання конструктора. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/how_to/mats_vikman_storiteling_tse_yak_skladannya_konstruktora/.
37. Мацишина І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду) // Крос-медіа: контент технології, перспективи: колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 149-159.
- 38.Мультимедийная журналистика. (С. А. Шомова, Е. Г. Лапина-Кратасюк, А. Г. Каякаева та ін.). М.: ВШЭ, 2017. 413 с.
39. Наталя Гуменюк: «Якщо наші рекомендації візьмуть до уваги олігархічні медіа – я буду тільки рада» // Detector Media. 16 травня 2020. URL: <https://detector.media/community/article/177198/2020-05-16-natalya->

gumenyuk-yakshcho-nashi-rekomendatsii-vizmut-do-uvagy-oligarkhichni-media-ya-budu-tilky-rada/.

40. Наталя Гуменюк: «Якщо наші рекомендації візьмуть до уваги олігархічні медіа – я буду тільки рада» // Detector Media. 16 травня 2020. URL: <https://detector.media/community/article/177198/2020-05-16-natalya-gumenyuk-yakshcho-nashi-rekomendatsii-vizmut-do-uvagy-oligarkhichni-media-ya-budu-tilky-rada/> .
41. «Наші 30» в Івано-Франківську: «Вагабундо» запрошує на документальні фільми про буремні 1990-ті // KURS. 04.10.2021. URL: <https://kurs.if.ua/culture/nashi-30-v-ivano-frankivsku-vagabundo-zaproshuye-na-dokumentalni-filmy-pro-buremni-90-ti/> .
42. НАШІ 30. Про проект. URL: <https://90.in.ua/about>.
43. Небесна сотня // Українська правда. URL: <http://nebesna.pravda.com.ua>.
44. Нестеренко О. А. Діахронна проекція онлайн-сторителінгу // Поліграфія і видавнича справа. 2016. № 2. С. 275–284.
45. Нестеренко О. А. Жанрова природа мультимедійних історій // Наукові записки / Scientific papers. №2 (53). 2016. С.346-355. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-53/40.pdf>.
46. Побідаш І. Сторителінг: ознаки «гарної» історії // Обрії друкарства. №1 (7). 2019. С. 144-152.
47. Повільна журналістика по-українськи // PRportal. URL: <http://prportal.com.ua/Peredovitsa/povilna-zhurnalistika-po-ukrayinski>.
48. Половинчак Ю. Конвергентні процеси в сучасному інфопросторі: трансформації текстів, практик, ієрархій. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3067:konvergentni-protsesi-v-suchasnomu-infoprostor-i-transformatsiji-tekstiv-praktik-ierarkhij&catid=81&Itemid=415
49. Приймаченко А. Що таке "мультимедійна історія"? // Передова. URL: <http://www.peredova.com/base/multimedia/> .

50. Пуля В. Как создать мультимедийный лонгрид? // Журналист. 2015. № 2. С. 44–45.
51. Сергій Щербина: «Не для того ми робили INSIDER, щоб потім його використовувати для інших цілей» // MediaLab Online 01.02.2016. URL: <https://medialab.online/news/sergij-shherby-na-ne-dlya-togo-my-robly-ly-insider-shhob-potim-jogo-vy-kory-stovuvaly-dlya-inshy-h-tsilej/>.
52. Сергійчук С. Успішний сторітелінг. Як писати так, щоб ваш текст прочитали. URL: <https://euprostor.org.ua/practices/134437>.
53. Симакова И. Мультимедийная история и её особенности. Ч.: Челябинск, 2017. 108 с.
54. Симмонс А. Сторителлинг. Как использовать силу историй. М.: МИФ, 2013. 272 с.
55. Синоруб Г. Трансформаційні процеси в сучасній медіаіндустрії як шлях до якісної журналістики // Крос-медіа: контент технології, перспективи: колект. монографія. Київ, 2017. С. 23–32.
56. Смит П. Мастер историй. Увлекай, убеждай, вдохновляй. М.: МИФ, 2016. 288 с.
57. Справа Гонгадзе як дзеркало епохи. URL: <https://journallab.online/projects/gongadze>.
58. Сторітелінг як метод навчання. URL: <https://cutt.ly/ax3BgUM>.
59. Тонкіх, І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник, ЗНТУ, Запоріжжя, 2017. 130 с.
60. Харитоненко О. Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітекτονіки в журналістиці: зміст, різновиди, сучасні інтерпретації // Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції, 25 жовтня 2018 р. Вінниця. 2018. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/22258/1/Kharytonenko_2018_Storitelinh.pdf

61. Хворостина О. Явище трансмедіації контенту мережевих видань // Наукові записки Інституту журналістики. 2016. Т. 62. С. 33-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2016_62_8.
62. Хольфельд Р. Що таке крос-медіа? // Підручник із крос-медіа / вид. І. Крецу, М. Гузун, Л. Василик. Bonn, Germany. – Sibiu, Romania: Schiller Publishing House, 2015. С. 21–23.
63. Чабаненко М. Мультимедійність в інтернет-журналістиці: навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика». Запоріжжя: Просвіта, 2018. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/22258/1/Kharytonenko_2018_Storitelinh.pdf
64. Чотири українські організації отримали премію Democracy Award-2022 // Читомо. 9 червня 2022. URL: <https://chytomo.com/chotyry-ukrainski-orhanizatsii-otrymaly-premiiu-democracy-award-2022/>.
65. Шашенко С. Комунікаційні аспекти сучасних мультимедійних лонгвідів: українська практика. // Український інформаційний простір: Науковий журнал. 2019. Число 1(3). С. 197–210.
66. Шевченко В. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа // Крос-медіа: контент технології, перспективи: колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 8–17.
67. Як провести вечір 17 серпня: запрошують на фільм «Наші 30» // Жмеринка. City. 17.08.2021. URL: <https://zhmerynka.city/articles/159869/yak-provesti-vechir-17-serpnya-zaproshuyut-na-film-nashi-30>.
68. Яненко Я. В. Сторителлинг в современных СМИ: коммуникационный и социализационный аспекты // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа: материалы VI Международной научно-практической конференции, Минск, 16 февраля 2017 г. Минск: Издательский центр БГУ, 2017. С. 377–383.

69. A Game of Shark and Minnow. The New York Times. 2013. URL: <https://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/10/27/south-china-sea/index.html>
70. Akgun A. The Influence of Storytelling Approach in Travel Writings on Readers Empathy and Travel Intentions // Procedia. Social and Behavioral Sciences. 2015. C. 577–586.
71. Firestorm. The Guardian. 2013. URL: <https://www.theguardian.com/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family>.
72. Grabowicz P. & Hernandez R., Rue J. Tutorial: Taxonomy of Digital Story Packages. 2014. URL: <http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/taxonomy-digital-story-packages/>.
73. Jenkins H. «Transmedia storytelling101», Confessions of Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins. 2007. URL: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
74. Pena-Acuna B. Narrative Transmedia as a New Social and Cultural Phenomenon // Beatriz Pena-Acuna, Alba Maria Martinez Sala. 2020. URL: <https://www.intechopen.com/books/narrativetransmedia/introductory-chapter-narrative-transmedia-as-a-new-social-and-culturalphenomenon>.
75. Snow fall. The Avalance at Tunnel Creek. The New York Times. 2012. URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>.
76. The New York Times strategy memo. 2015. URL: <http://money.cnn.com/2015/10/07/media/new-york-times-strategy-memo>.
77. Towle, S. «Transmedia and Crossmedia: One and the Same?», SarahTowle.com, December 17, 2013. URL: <http://sarahtowle.com/blog/2013/12/17/zpt8p10tm2c4i3iwsgffwse99zls6j>.
78. Truby J. The Anatomy of Story: 22 Steps to Becoming a Master Storyteller John Truby // NY: Farrar, Straus and Giroux. 2008. URL:

<https://pdfs.semanticscholar.org/6467/6e6809d7bd515f1f2ae5a0840c254059be40.pdf>.

79. What is Multimedia Journalism. URL:
<https://www.elmhurst.edu/blog/multimedia-journalism/>

ДОДАТКИ

Додаток А

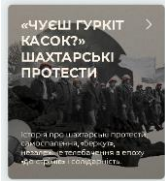
База даних за мультимедійним проектом «Історія Євромайдану»

№	Назва лонгріду	Автори	Цит ата	Відео	Фото	Анім ація	Ін ше	Посилання
1.	«Історія Євромайд ану» 	Д. Король , М. Король	8	8	29	1	1- інф огр афі ка	Відео «Перша зачистка» https://www.youtube.com/watch?v=WugNFiEoCcI . Відео «Київ. Розгін Євромайдану» https://www.youtube.com/watch?v=-talnbWQDpI . Відео «Сутички на Банковій» https://www.youtube.com/watch?v=esRub7juh6w . Відео «Новорічна ніч на Майдані» https://youtu.be/wnxgB_4lgg8 . Відео «Голосування за «диктаторські закони»» https://youtu.be/zOcUQedsfCE

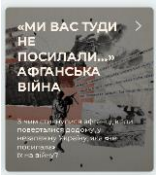
								Відео «Вуличні бої на Грушевського» https://youtu.be/DgdeXix0u pc. Відео «Бої в Урядовому кварталі» https://youtu.be/QoCBg6K-vNo. Відео «Розстріл активістів на Інститутській» https://youtu.be/LXIkFyzJC UA. Відео «Втеча Януковича» https://youtu.be/BWyuq3V V84I.
--	--	--	--	--	--	--	--	---

Додаток Б

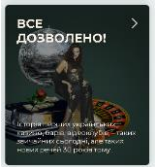
База даних за проектом «НАШІ 30»

№	Назва лонгріду	Автори Серіал – (С) Подкаст – (П) Текст – (Т)	Ц ит ат а	Відео (В) / фото (Ф)	Ко ла ж	Анім ація	Інше	Посилан ня
1.	«Чуєш гуркіт касок?...» 	(С)- Т. Столярова, О. Чернова (П)- А. Коріновська, О. Олійник (Т)- Т. Столярова, О. Чернова	12	(В)-2 (В)-12 («Жива історія») (Ф)-6	7	-	-6 vox роп - таймлайн (5 фото) -карта (страйки)	https://youtu.be/cyzpiY7md6k (С) https://soundcloud.com/suspilnepodcast/chush-gurkt-kasok-chastina-1-ozvuchiv-sergy-zhadan (П)

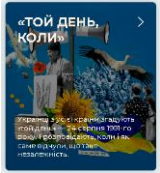
2.	«Горів не блок» 	(С)- С. Захарченко, Л. Сівець (П)- А. Коріновська, О. Олійник (Т)- С. Захарченко, Л. Сівець	17	(В)-11 (В)-27 («Жива історія»)) (Ф)- 1 (Ф)- 15 (2 слайд-шоу 7+8)	9	2	-1 vox роп - 1 таймлайн - 1 інфографі ка - 2 слайд-шоу - 3 окремі деталі	https://youtu.be/D44DHNA5Ndo (С) https://soundcloud.com/suspilnepodcast/ekoprotest-i-pslya-chornobilya-s-1-ep-1 (П)
----	--	--	----	--	---	---	---	---

3.	«Ми вас туди не посилали» 	(С)- О. Зашко, Л. Сівець (П)- А. Коріновська, О. Олійник (Т)- О. Зашко, Л. Сівець	4	(В)-5 (В)- 31 («Жива історія») (Ф)-13	9	2	-11 пісень -1 таймлайн - 4 окремі деталі	https://youtu.be/MN9NHuEHUU (C) https://soundcloud.com/suspilnepodcast/mi-vas-tudi-ne-posilali-afganska-vyna-chastina-1-ozvuchiv-anton-slpakov (П)
----	--	--	---	--	---	---	---	---

4.	"Я не зламалась» 	(С)- А. Єресько, А. Цигима (П)- А. Коріновська, О. Олійник (Т)- А. Єресько, А. Цигима	14	(В)- 3 (В)- 18 («Жива історія»)) (Ф)- 2 (Ф)- 6 (1 слайд-шоу)	12	5	-1 vox роп - 1 слайд-шоу -15 окремі деталі	https://youtu.be/-2xJDgX-vXw (С) https://soundcloud.com/suspilnepodcast/zhnki-90?utm_source=90.in.ua&utm_campaign=wtshare&utm_medium=widget&utm_content=https%253A%252F%252Fsoundcloud.com%252Fsuspilnepodcast%252Fzhnki-90 (П)
----	---	--	----	--	----	---	---	---

5	«Самопов ернення в Крим» 	(С)- Н. Гуменюк, А. Цигима (П)- О. Олійник, Н. Гуменюк (Т)- Н. Гуменюк	16	(В)- 5 (В)- 25 («Жива історія») (Ф)- 26 (Ф)- 52 (5 слайд- шоу 20+3+7 +13+9)	6	-	-1 vox роп -18 окремі деталі -1 таймлайн (+5 окремих деталей) -5 слайд- шоу	https://youtu.be/jxR5qyQLE4M (С) https://soundcloud.com/suspilnepodcast/samopovernennya-v-krim-chastina-1-ozvuchivakhtem-setablav (П)
6.	«Все дозволено » 	(С)- К. Марченко (П)- не вказано (Т)- Ксенія Марченко, Влад Азаров	16 +6	(В)- 2 (В)-13 («Жива історія») (Ф)- 1 (Ф)-7 (1 слайд- шоу)	11	1	-16 окремі деталі -1 слайд- шоу	https://youtu.be/h2Ouh_P_YuQ (С) https://soundcloud.com/suspilnepodcast/rozvagi-90 (П)

7.	«З ногами на вівтар» 	(С)- Є. Спірін, О. Попенко (П)- не вказано (Т)- Є. Спірін	11	В)-4 (Ф)-3	8	2	-6 окремі деталі	https://youtu.be/OeHfdYkZ7qQ (С) https://soundcloud.com/suspilnepodcast/bile-bratstvo-1 (П)
8.	«Швидше, вище, сильніше» 	(С) – Г. Бойко, А. Цигима (П)- О. Олійник (Т)- В. Азаров	11	В)-2 (Ф)-8	7	1	-6 окремі деталі -5 довідок про нагороди	https://youtu.be/7SEVheyzb0 (С) https://soundcloud.com/suspilnepodcast/ukranskiy-sport-1 (П)
9.	«Той день, коли»	(С)- А. Карякіна, А. Цигима (П)-	26	(В)-1 (В)-82	12	1	окремі деталі	https://youtu.be/rIKM8IGDQsQ (С)

		О. Олійник (Т)- В. Азаров		(«Жива історія») (Ф)-1			https://soundcloud.com/suspilnepodcast/nashi-30-24 (II) https://www.youtube.com/watch?v=WugNFIEoCcI
--	---	------------------------------	--	---------------------------	--	--	--