

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «Трансформація мультимедійного репортажу
у сучасній журналістиці»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0612-ж-з
Спеціальність – 061 «Журналістика»
(Освітня програма «Журналістика»)

Будняк К. М.

Керівник: д. соц. ком., проф.

Чернявська Л. В.

Рецензент: д. соц. ком., проф.

Березенко В. В.

Запоріжжя – 2021

ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1. Мультимедійна журналістика як затребуваний напрямок сучасних медіа	10
1.1. Науково-технічні фактори, що сприяли становленню мультимедійної журналістики, та формати мультимедіа	10
1.2. Вплив мультимедійності на контент та роботу редакцій	21
Розділ 2. Мультимедійний репортаж як особливий жанр сучасної журналістики	32
2.1. Специфіка, технологічні ознаки та види репортажу	32
2.2. Вплив мультимедійності на жанрову трансформацію репортажу.....	40
Розділ 3. Дослідження мультимедійних репортажів інтернет видань «Zaxid.net» та «Reporters».....	50
3.1. Порівняльний аналіз видань «Zaxid.net» та «Reporters».....	50
3.2. Особливості репортажів «Zaxid.net»	59
3.3. Особливості репортажів «Reporters»	70
Висновки	81
Список використаних джерел	88
Додаток А. Перелік репортажів «Zaxid.net».....	96
Додаток Б. Перелік репортажів «Reporters»	108
Summary	110

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – магістр
Спеціальність – 061 «Журналістика»
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Чернявська Л.В.
«_____» _____ 20____ року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Будняк Капітоліні Миколаївні

- 1 Тема роботи – «Трансформація мультимедійного репортажу у сучасній журналістиці» («Transformation of Multimedia Reporting in Modern Journalism»), керівник роботи – Чернявська Людмила Віталіївна, д. соц. ком., проф., затверджені наказом ЗНУ від «27» квітня 2021 року № 648-с.
- 2 Строк подання студентом роботи – 26.11.2021 р.
- 3 Вихідні дані до роботи – наукові праці дослідників, які вивчали мультимедійні формати та процес трансформації репортажу, зокрема Б. Потятник, З. Вайшенберг, Т. Крайнікова, І. Михайлина, З. Партико, О. Нестеренко, І. Тонкіх, О. Кацан, О. Лешко, О. Ремовська, О. Холоденко, М. Чабаненко, В. Шевченко, О. Полумисна, О. Рутковський.
- 4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) виокремити специфіку та різновиди репортажів; 2) виявити мультимедійні формати, які найчастіше зустрічаються у репортажах; 3) визначити зміни, до яких призводить жанрова трансформація репортажу; 4) дослідити медійний простір на наявність у ньому мультимедійних репортажів; 5) з'ясувати чинники формування мультимедійності у процесі творення контенту українськими ЗМІ.

5 Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Чернявська Л. В., доцент	19.06.2020	19.06.2021
1 розділ	Чернявська Л. В., доцент	19.07.2021	19.07.2021
2 розділ	Чернявська Л. В., доцент	30.08.2021	30.08.2021
3 розділ	Чернявська Л. В., доцент	05.10.2021	05.10.2021
Висновки	Чернявська Л. В., доцент	14.11.2021	14.11.2021

6 Дата видачі завдання 29.04.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження.	15.06.2021	виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту.	19.06.2021	виконано
3	Підібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	06.07.2021	виконано
4	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину.	19.07.2021	виконано
5	Провести наукове дослідження, проаналізувати контент та описати результати.	25.08.2021	виконано
6	Написати практичну частину, провести дослідження аудиторії.	01.10.2021	виконано
7	Пройти попередній захист на кафедрі.	2.11.2021	виконано
8	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки.	20.11.2021	виконано
9	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.	26.11.2021	виконано

Студент _____ К. М. Будняк

Керівник роботи _____ Л. В. Чернявська

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ М. В. Чабаненко.

РЕФЕРАТ

Тема магістерського дослідження: Трансформація мультимедійного репортажу в сучасній журналістиці.

Обсяг основного тексту: 81 сторінка.

Кількість використаних джерел – 89.

Мета роботи – виявити тенденції розвитку репортажу в умовах диджиталізації медіа на прикладі конкретних мультимедійних репортажів обраних інтернет-видань, що демонструє процеси їх трансформації у сучасній журналістиці.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання:**

- 1) ознайомилися зі специфікою та різновидами репортажів;
- 2) виявили мультимедійні формати, які найчастіше зустрічаються в репортажах;
- 3) визначили зміни до яких призводить жанрова трансформація репортажу;
- 4) дослідили медійний простір на наявність у ньому мультимедійних репортажів;
- 5) узагальнили вплив мультимедійності на процес творення контенту українськими ЗМІ.

Об'єкт дослідження: матеріали мультимедійних репортажів у таких інтернет-часописах, як «Zaxid.net» та «Reporters».

Предмет дослідження: мультимедійні формати в репортажах, такі як: сатитична ілюстрація, фотострічка, слайд-шоу, відесосюжет, аудіоілюстрація та аудіоверсія тексту, відеоілюстрація та відеоверсія тексту тощо; а також прийоми та технології, що застосуються під час створення контенту; його трансформаційні зміни, зумовлені диджиталізацією та попитом аудиторії.

Для виконання поставлених завдань у дослідженні застосовані такі **методи:** аналіз, синтез, аналогія, дедукція, індукція, термінологічний аналіз, описовий метод, прогнозування. Головним методом, який ми використали у практичній частині став аналіз.

Теоретичну основу дослідження складають праці таких вчених: Б. Потятиника, З. Вайшенберга, Т. Крайнікової, І. Михайлина, З. Партико,

О. Нестеренко, І. Тонкіх, О. Кацан, О. Лешко, О. Ремовської, О. Холоденка, М. Чабаненко, В. Шевченко, О. Полумисної, О. Рутковського та інших.

Наукова новизна результатів полягає в тому, що:

вперше: здійснюється порівняльно-описовий аналіз інтернет-видань «ZAXID.NET» ТА «REPORTERS», під час якого визначаються контентні особливості їх мультимедійних репортажів;

удосконалено: відео візуальну класифікацію мультимедійних форматів;

набуло подальшого розвитку: дослідження форматів мультимедіа;

Практичне та теоретичне значення одержаних результатів.

Результати дослідження можна використовувати під час підготовки лекційних та практичних дисциплін, зокрема для занять з «Інтернет-журналістики», «Сучасних інформаційних технологій», «Журналістських жанрів», «Теорії та методики журналістської творчості».

Окремі елементи дослідження можуть реалізовуватися під час медійної діяльності. Оскільки застосування сучасних мультимедійних форматів та творчих прийомів допоможе створювати затребувані репортажі, спрямовані на задоволення потреб аудиторії. Також їх можна використовувати у продовженні досліджень означеної теми.

Ключові слова: мультимедійність, гіпертекстуальність, інтерактивність, трансформація, контент, відеоматеріали, фотоматеріали, аудіоматеріали, формат, репортаж.

ВСТУП

Стрімка диджиталізація сучасного медіасередовища змінює підходи до функціонування, створення і поширення контенту. Сучасні медіа, у порівнянні з традиційними, мають кращі технічні можливості для викладу та поширення інформації. Їхні провідні риси, такі як: оперативність, універсальність, мобільність, мультимедійність, інтерактивність та гіпертекстуальність, не лише роблять інформування більш якісним, а й допомагають розширити аудиторію.

Сучасна аудиторія тяжіє до лаконічних форматів, мультимедійних матеріалів, а також є відкритою до новацій та експериментів з формою медіатекстів. Тож в журналістиці докорінно змінюється інструментарій і принципи творчості, орієнтуючись на специфіку споживання медіапродукту.

Головними завданнями нових медіа є не тільки зібрати та поширити інформації, але й максимально зацікавити аудиторію, оскільки сьогодні засоби масової інформації перебувають в умовах напруженої конкуренції.

Актуальність роботи зумовлена тим, що завдяки мультимедійності репортаж зазнав значних жанрових перетворень, поєднавши класичні риси з інноваційною версткою, особливими підходами до текстового та аудіовізуального контенту. Часто він навіть може подаватися у форматі мікросайту, тобто цільової сторінки з власною навігацією і структурою. Тож його трансформація потребує наукового дослідження та осмислення.

Мета дослідження полягає у виявленні тенденцій розвитку репортажу в умовах диджиталізації медіа на прикладі конкретних мультимедійних репортажів обраних інтернет-видань, що демонструє процеси їх трансформації у сучасній журналістиці.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань:

- виокремлення специфіки та різновидів репортажів;
- виявлення мультимедійних форматів, які найчастіше зустрічаються в репортажах;

– визначення змін, до яких призводить жанрова трансформація репортажу;
– дослідження медійного простору на наявність у ньому мультимедійних репортажів;

– з'ясування чинників формування мультимедійності у процесі творення контенту українськими ЗМІ.

Об'єктом дослідження є матеріали мультимедійних репортажів у таких інтернет-часописах, як «ZAXID.NET» ТА «REPORTERS», що були опубліковані в період з січня 2021 року до листопада 2021 року.

Предметом дослідження є мультимедійні формати в репортажах, такі як: статична ілюстрація, фотострічка, слайд-шоу, відесосожет, аудіоілюстрація та аудіоверсія тексту, відеоілюстрація та відеоверсія тексту тощо; а також прийоми та технології, що застосовуються під час створення контенту; його трансформаційні зміни, зумовлені диджиталізацією та попитом аудиторії.

Основним *науковим методом*, яким ми керувалися під час дослідження став аналіз, завдяки якому ми змогли простежити та виокремити особливості побудови мультимедійного репортажу в залежності від редакторської політики видання та його цільової аудиторії.

Синтез допоміг нам дослідити явище мультимедійного репортажу в цілому, шляхом вивчення його окремих структурних компонентів на прикладі різних публікацій, їх співставлення та узагальнення.

Також ми користувалися методами: аналогії, встановлюючи подібне між різними фактами, подіями, явищами; дедукції, даючи оцінку загальних положень завдяки конкретним фактам; індукції, переходячи від трактування одиничних фактів до розгляду загальних положень. Звертали до термінологічного аналізу, описового методу та методу прогнозування.

Застосування аналізу дозволило виокремити специфіку, характерні структурні особливості, підходи, знахідки та новації мультимедійних репортажів «ZAXID.NET» ТА «REPORTERS».

Для нас є важливим ознайомлення з науковими джерелами, дотичними до теми дослідження, що дозволить систематизувати відомості про жанрові

концепти, специфіку сучасних мультимедійних форматів та контент-особливостей репортажу, який є затребуваним у існуючому медіа просторі.

Теоретичною основою дослідження стали роботи: Б. Потятиника, З. Вайшенберга, Т. Крайнікової, І. Михайлина, З. Партико, О. Нестеренко, І. Тонкіх, О. Кацан, О. Лешко, О. Ремовської, О. Холоденка, М. Чабаненко, В. Шевченко, О. Полумисної, О. Рутковського та інших.

Наукова новизна результатів полягає в тому, що:

вперше:

– здійснюється порівняльно-описовий аналіз інтернет-видань «ZAXID.NET» ТА «REPORTERS», під час якого визначаються контентні особливості їх мультимедійних репортажів;

удосконалено:

– відео візуальну класифікацію мультимедійних форматів;

набуло подальшого розвитку:

– дослідження форматів мультимедіа;

Практичне та теоретичне значення дослідження. Матеріали кваліфікаційної роботи магістра можуть бути використовувати під час підготовки лекційних та практичних дисциплін, зокрема для занять з «Інтернет-журналістики», «Сучасних інформаційних технологій», «Журналістських жанрів», «Теорії та методики журналістської творчості».

Окремі елементи дослідження можуть реалізовуватися під час медійної діяльності. Оскільки застосування сучасних мультимедійних форматів та творчих прийомів допоможе створювати затребувані репортажі, спрямовані на задоволення потреб аудиторії. Також їх можна використовувати у продовженні досліджень означеної теми.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається з реферату, вступу, трьох розділів, семи підрозділів, висновків, списку використаної літератури та двох додатків. Обсяг основної роботи – 81 сторінка. Список використаної літератури включає 89 найменувань (викладених на 8 сторінках).

РОЗДІЛ 1

МУЛЬТИМЕДІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ЗАТРЕБУВАНИЙ НАПРЯМ СУЧАСНИХ МЕДІА

1.1 Науково-технічні фактори, що сприяли становленню мультимедійної журналістики, та формати мультимедіа

Поява мультимедійної журналістики була б неможливою без процесу мультимедіатизації – пропозиції споживачеві одного і того ж інформаційного продукту через максимально можливу кількість каналів та на максимально можливій кількості носіїв інформації. Так в «Історії зарубіжної журналістики» Г. Прутцков зазначає, що «ці зміни відбулися в епоху інформаційного суспільства, становлення якої припадає на рубіж XX-XXI століть» [61].

Але спроби використовувати різні способи та канали передачі інформації беруть свій початок ще з античних часів і особливо яскраво прослідковуються в давньоримській протожурналістиці. Дослідниця Л. Литкіна відмічає: «перші інформаційні повідомлення (афіші, оголошення) висікалися на камені, міді і мрамурі або виводилися на спеціально для цього вибілених стінах будинків, або на дерев'яних дощечках» [51]. Подібні носії інформації, на думку А. Качкаєвої, окрім слів могли вмещувати «малюнки і барельєфи, що свідчить не тільки про використання різних платформ мовлення, а й конвергенції як мінімум двох способів комунікації – письмової та візуальної» [52].

Процес мультимедіатизації ЗМІ стає по-справжньому помітним та суттєвим вже у XX столітті, коли відбувається злиття друку та радіо, а газетні новини вперше починають озвучуватися диктором.

Але саме поява і широке поширення мережі інтернет дали найбільш вагомий поштовх для розвитку мультимедійної журналістики. Оскільки, за переконанням І. Зінов'єва, «це зумовило перехід від конвергенції, як механічного з'єднання різнорідних інформаційних середовищ до мультимедійності, котра поєднує нові форми і методи роботи журналіста» [34].

Розглянемо та проаналізуємо ці етапи більш ґрунтовно. М. Чабаненко у своїй роботі «Що відомо та невідомо про перші українські сайти», зазначає, що: «в історії становлення та розвитку вітчизняного медіа-сектору в інтернеті можна виділити три періоди» [81].

Перший період припав на другу половину 1990-х років. Він характеризувався створенням окремих веб-сторінок, що представляли продукцію традиційних мас-медіа. Аудиторія була обмеженою, а веб-дизайн примітивним. Іванов В. у підручнику «Комп'ютер для журналіста» уточнює: «його початок можна умовно віднести до травня 1998 року, коли почав діяти сайт інформаційного агентства Інтерфакс-Україна» [36].

Мультимедійні сайти видань містили інформацію, яку можна охарактеризувати як довідкову та представницьку, оскільки вона представляла собою дані про редакції та їх авторів. Тобто до онлайн-варіантів традиційних ЗМІ ставилися виключно як до престижного способу самореклами. Переважно інформаційні матеріали подавалися дуже стисло. Трохи частіше зустрічалися анонси актуальних подій. Журналістика намагалася адаптуватися під новий формат.

Другий період прийшовся на першу половину 2000-х років. Як відмічає Д. Іванець «у 2000 році з'явилися перші самостійні мережеві видання: «Корреспондент.net», «UA Today» та інші» [35]. Тоді ж було створено портал «Української правди», який став першим незалежним мережевим виданням в нашій країні. Після успіху цього інформаційного проекту, який належав Г. Гонгадзе, «розпочалася хвиля інвестицій в мережеві інформаційні проекти» [35].

Йому характерне стрімке збільшення кількості інтернет-видань, а також реклами та інвестицій в них. Окрім того зростає якість дизайну, він стає складнішим. Вперше починають з'являтися припущення про те, що мережеві видання згодом можуть витіснити традиційні ЗМІ.

Хочемо додати, що перші вітчизняні мережеві ЗМІ часто ставали для своїх творців експериментальними. Журналістикознавець Г. Кашуба пояснює: «вони з'являлися і зникали, на них просто вчилися» [43].

Третій період окреслює другу половину 2000-х років. Йому притаманний стрімкий розвиток застосування мультимедіа, гіпертекстуальності та посилення конвергенції медіа продукту різних ЗМІ в мережі. Нові проєкти стають підкреслено мультимедійними, вони представляють універсальну журналістику.

В цілому ж «історія зародження вітчизняного медіа сектору логічно витікає з історії закордонних Інтернет-ЗМІ, насамперед, американських, які були першими» [8] слушно відмічає М. Василенко. Хоча українські інтернет-видання і виникли на декілька років пізніше, в цілому вони відповідали загальноосвітнім тенденціям.

Наразі інтернет-видання в Україні не лише функціонують ефективно, але й постійно збільшуються. Проте варто зазначити, що на сьогодні юридичного підґрунтя для їхньої діяльності не існує. Оскільки законодавство не встигає за стрімким розвитком технологій, тож мова про ліцензування або реєстрацію інтернет-ЗМІ допоки що не йде. Те ж саме стосується і редакції, наявність якої не є обов'язковою.

Проте більшість сучасних інтернет-видань орієнтуються на положення Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [31], яких і дотримуються.

Таким чином епоха диджиталізації значною мірою вплинула не лише на принципи журналістської діяльності, а й на її інструментарій. Удосконалення технічних програм допомогло полегшити та прискорити процес обробки та монтування. В свою чергу це позитивно відобразилося на якості та конкурентноспроможності контенту.

Технічні інструменти та програмне забезпечення пережили справжню трансформацію. Аби створити повноцінний медіапродукт з нуля, журналістові сьогодні достатньо мати під рукою лише ноутбук чи комп'ютер. А можливості

сучасних смартфонів дозволяють не лише знімати та монтувати сюжет, а й працювати з зображенням, аудіозвуком та текстом. Тобто вони містять в собі весь необхідний функціонал для повного циклу створення журналістського матеріалу.

Як стверджує І. Михайлин «процеси диджиталізації – технологічного процесу переведення інформації в цифровий формат – спричиняють змістовні зміни в самій сутності масово-інформаційної діяльності» [30, с. 47].

Гіпертекстуальність та мультимедійність є справжніми перевагами інформаційного інтернет-простору мережі. Ось які встановлені прийоми їх вираження окреслює дослідник В. Іванов: «кожна публікація має заголовки та вказівки на джерела, що оформлені у вигляді гіперпосилань і супроводжується коментарями, також текстові матеріали подаються поруч із аудіо- та відеоматеріалами» [38, с. 173].

Саме ж поняття мультимедійності прийшло в журналістикознавство зі сфери комп'ютерних технологій та інформаційних систем. Під ним дослідники розуміють не тільки поєднання різних способів створення та розповсюдження контенту, а й одночасне застосування можливостей різних видів медіа.

Голландський дослідник М. Дьюз, який є автором статті «Що таке мультимедійна журналістика» наводить наступні приклади мультимедійної журналістики: «так звані «включення» – виступи газетних журналістів перед камерами для телеканалу, що веде співробітництво з їх виданням; галереї або слайд-шоу, підібрані фоторепортерами для сайту газети своєї компанії; спільні проекти різних ЗМІ зі збору, редагування і презентації репортажів у різних форматах; повністю інтегрований відділ новин, в якому групи репортерів друкованих, телевізійних та мережевих видань ведуть спільний збір інформації, накопичують спільну базу даних, а також створюють цілі пакети репортажів, призначених для розміщення у різних видах ЗМІ» [87, с. 141].

Отже, аналіз отриманих даних дозволяє нам дійти висновку, що напрямок мультимедійної журналістики, виник як відповідь на нагальну потреба аудиторії отримувати інформацію не просто через різні канали, а саме у різний

спосіб. Оскільки це робить контент не тільки більш цікавим, а й значно зручнішим для сприйняття. Незамінну роль у цьому процесі відіграв саме розвиток інтернет-технологій та диджиталізації.

З кожним днем зростає число українських видань, які вдаючись до мультимедійних технологій, переходять на нові формати інформування. Адже у редакцій з'явилася унікальна можливість з одного інформаційного приводу створювати різний жанровий контент. Так поява мультимедійних жанрів журналістики стала логічним наслідком широкого застосування фото, аудіо- та відеоматеріалів. На сьогодні серед медіа дослідників превалює переконання, навіть тільки знімки можна опублікувати як самостійний фотофакт, фоторепортаж чи слайдшоу.

Саме ж поняття мультимедійного формату в журналістикознавство прийшло також із галузі інформаційних технологій. Воно використовується у якості позначення типу знакової система, яка потім, в свою чергу, передає ту чи іншу інформацію.

Наразі не існує однієї загальноприйнятої класифікації форматів мультимедіа. Погляди науковців дещо різняться між собою, хоча мають також і спільні риси. Розглянемо найвідоміші умовиводи вчених, які займаються дослідженням цього питання.

На думку Б. Потятиника ієрархія мультимедійних форматів виглядає наступним чином: «текст, який може доповнюватися знімками або графікою; відео та аудіо» [58, с. 42].

Статична ілюстрація є тим форматом мультимедіа, що найчастіше зустрічається в українських інтернет-ЗМІ. Це ж саме стосується і її похідних різновидів, таких як: фотострічки, фоторепортажі, колажі, слайд-шоу, карикатури, стоп-кадри з відео, окремі знімки тощо.

Це призводить до того, що вербальний контент повільно, але невпинно поступається місцем візуальному. Пояснення цьому можемо знайти у зростанні популярності розважальних тенденцій серед аудиторії.

Значно ширшу класифікацію пропонує німецький журналіст та дослідник мережевих ЗМІ – З. Ляйдель. За його спостереженнями вона включає в себе «найрізноманітніші фотографії (від оперативних до панорамних), аудіо-слайд-шоу; відеоролики та анімацію; аудіо файли; VoxPop; хроніки мультимедійних пакетів Timeline; інтерактивні карти та інфографіку» [74 с. 128] .

Порівнявши вищенаведені класифікації, приходимо до висновку, що німецький вчений дослідив питання форматів мультимедіа більш ретельно. Адже технічні можливості сьогодення дозволяють залучати у журналістській діяльності набагато більше відповідних складових та прийомів, пов'язаних з ними.

Дослідник А. Захарченко виокремлює наступні формати мультимедіа: «синхрони, короткі відеорепортажі, документальні записи та інші звукові й аудіовізуальні ілюстрації до журналістського тексту» [32, с. 198]. Їх основним завданням є доповнення інформації, яка висвітлюється автором у медійному матеріалі.

Авторка роботи «Конвергенція і жанри мультимедіа» Н. Лосєва пропонує найбільш розгорнуту характеристику форматів мультимедіа: «статичні ілюстрації, фотострічки, фотогалереї, фоторепортажі, слайд-шоу, карикатури; аудіоілюстрації, аудіоверсії тексту, аудіосюжети; відеоілюстрації, відеосюжети, потокове відео з місця подій, відеоколонки, відеонариси, відеокоментарі; синтетичні жанри: аудіослайд-шоу, інтерактивна відеоколонка, інтерактивний відеосюжет, мультимедійне ток-шоу, мультискрипт тощо» [52, с. 129]. Варто зазначити, що наразі українські ЗМІ не використовують вищезазначені можливості у повному обсязі.

Оскільки виготовлення фотознімків не потребує значних часових ресурсів, більшість інтернет-медіа широко застосовують фотогалереї, фоторепортажі чи фотострічки. Останні, як правило передують тексту або ж навпаки завершують його. Саме знімки допомагають якнайкраще зобразити подію у хронологічній послідовності.

Дуже часто фотогалереї формуються на основі знімків зі схожою тематикою, хоча інколи вони можуть бути не пов'язані між собою. Б. Потятиник наголошує: «матеріали для фоторепортажів відбирають за іншим принципом – тут головною є не хронологічна послідовність і не тематика публікації, а найбільш яскраві та значущі моменти події» [58, с. 43].

Наразі більшість інтернет-ЗМІ широко застосовують слайд шоу, як засіб візуалізації тексту. Його головна відмінність від фотострічки полягає у тому, що зображення перегортаються самостійно. Переважно слайд-шоу розміщують на головних сторінках видань, оскільки їх головним завданням є презентація найактуальніших щоденних новин.

На жаль, в українських медійних виданнях динамічні форми візуалізації на сьогодні залишаються малопоширеними. Це пов'язано з тим, що виготовлення флеш-анімації, gif-анімації, 2D- і 3D-графічних зображень вимагають спеціальних вузькопрофільних знань, а також практичних навичок роботи зі спеціальними комп'ютерними програмами.

А ось аудіоконтент і взагалі наявний на сайтах вітчизняних мультимедійних ЗМІ у найменшому обсязі. Якщо більшість видань вже давно виробляють оригінальний текстовий та відеоконтент, то зі звуком справи є дещо гіршими. Альтернативним варіантом для медіа, які не можуть виготовляти аудіотрансляції самостійно, залишається застосування аудіоподкастів.

Зазначимо, що видання «Reporters», яке ми аналізували у третьому розділі роботи, якраз на весні цього року почав виготовляти оригінальні аудіоподкасти. Це є позитивною тенденцією і свідчить про професійний ріст молодого видання.

Проте аудіоконтент наразі найслабше інтегрується в інші формати мультимедіа: якщо статичні й динамічні ілюстрації або відеосюжети в тексті вже стали традицією для інтернет-ЗМІ, то в тексті значно рідше можна знайти аудіоподкасти. Слушно відмічає М. Женченко: «найбільше не вистачає аудіоілюстрацій – коротких фрагментів аудіозапису (2–3 секунди), що

стосуються певної частини тексту. Як правило, подкасти представлені лише у формі аудіосюжетів (новин), які мають самостійний характер і вживаються окремо від інших форматів» [28, с. 142].

Не дивлячись на те, що виробництво оригінального та якісного відеоконтенту є значно складнішим та затратнішим, аніж написання текстових публікацій, саме відеопродукція посідає одне із провідних місць у системі медійної інформації. Не можемо не зазначити, що переважні кількість видань публікують на своїх сайтах запозичені відеоматеріали з різноманітних відеохостингів. Ці запозичені файли часто виконують самостійну роль повноцінних відеопублікацій.

Проте є видання, які виробляють власний оригінальний відеоконтент. Одним із таких є «Zaxid.Net, який ми детально досліджували у третьому розділі роботи. На цьому інформаційно-аналітичному ресурсі надзвичайно багато різновидів відеоматеріалів: відеоілюстрації до тексту, самостійні відеосюжети й телепередачі, стріми (онлайнвідео з місця подій), наприклад: «Головні новини Львова», «Підсумки тижня», «Zaxid.NetLIVE», «Що не так?», «РАГУLIVE», «Мандрівки Львівщиною», «Адреналін».

Насамперед відеоподкасти відрізняються від телесюжетів тим, що вони більш лаконічні та динамічні, а їх зміст більш зосереджений на одній провідній темі. Нестеренко О. вважає, що «залежно від виду ЗМІ відеоподкасти можуть виконувати як головну, змістоутворюючу роль (інтернет-телебачення), так і допоміжну, другорядну (у друкованих виданнях)» [53, с. 348].

Формат відеоілюстрації та відеосюжету має як очевидні переваги – динамічна візуалізація тексту, легкість сприйняття, швидкість трансляції тощо – так і суттєві недоліки. Короткочасність таких відеоматеріалів та їх багаторазове повторення, на думку С. Ільченка, «породжує серйозну спокусу для маніпулювання масовою свідомістю, для формування громадської думки, для розпалювання критичного ставлення до тої чи іншої особистості або події» [74, с. 130].

Прикметно, що найбільш широкий спектр мультимедіа використовують саме конвергентні ЗМІ тобто ті, що виходять на різних платформах одночасно. Мультимедійні видання створюють оригінальний контент у різних знакових системах.

Головна перевага конвергентних ЗМІ полягає у тому, що вони наділені як можливостями традиційної, так і мережевої журналістики. Їх особливість полягає у тому, що базуючись на інтернет-платформі, вони самостійно виготовляють аудіо-, відео- й текстовий контент. На сьогодні кожний конвергентний ресурс доповнює текст такими мультимедійними форматами, як фото та відеоматеріали. В українському медіасегменті такими виданнями є: «Українська правда», «Zaxid.Net», «Reporters» та інші.

Наразі можна виокремити такі найбільш поширені мультимедійні формати [55].

Частіше за все статична ілюстрація відображає безпосередньо інформаційний привід, суть самої події. У цьому полягає є спорідненість з фотоматеріалами у традиційних ЗМІ. Оскільки вони мають на меті спільні завдання: побудувати вдалий візуальний ряд, який стане максимально інформативним та доповнить журналістський матеріал. З точки зору достовірності, найкраще, якщо знімки роблять з місця подій чи звертаються до відповідних архівів.

З упевненістю можна стверджувати, що саме статична ілюстрація є класичною в мультимедійній історії. Переважно її залучають при створенні колажу.

Фотострічки, фоторепортажі чи фотогалереї є похідними розповіді про певну подію за допомогою фотографій. Це може мати абсолютно різний вигляд. Наприклад, добірка світлин ілюструє провідну тему в цілому. В такому разі читач може обирати для перегляду ту, що найбільше приверне його увагу.

По-іншому виглядає ситуація з фоторепортажами: знімки розміщуються за встановленими канонами, що дає аудиторію змогу побачити та відслідкувати

послідовний розвиток подій. Навігація тут також організована дещо інакше: знімок гортається один за одним.

На сьогодні однією з найбільш популярних фотогалерей серед аудиторії залишається «Фото дня» чи «Фото тижня».

Слайд-шоу є подібним до відео тим, що знімки перегортаються автоматично. Саме це є суттєвою ознакою, що відрізняє їх від звичайної фотострічки. Так створюється так званий ефект фотофільму. Кадри слайд-шоу можуть стосуватися абсолютно різних подій та моментів, що допомагає висвітлити певну тематику з різних сторін і створити контрастний матеріал, здатний зацікавити та привабити аудиторію.

Подкаст – (від англ. podcasting, від iPod і англ. Broadcasting – повсюдне, широкоформатне мовлення) – розміщений на сайті видання озвучений інформаційний матеріал чи фрагмент радіої програми, що має повноцінний сюжет. Може бути у вигляді окремого звукового файлу чи навіть постійно оновлюваної серії файлів. Мережеві ЗМІ запозичили цей прийом та мультимедійний формат у радіостанцій, де подкасти є найбільш популярними.

Аудіоілюстрація являє собою фрагмент аудіозапису, що відображає певну частину тексту. На відміну від подкаста, аудіоілюстрація може бути зовсім короткою, відображати лише певний звук, момент, реакцію і займати всього декілька секунд. Її головним завданням є лише ілюстрація невеликого інформаційного повідомлення. Хоча вона і не є повноцінним сюжетом, але завжди несе в собі емоційну значущість.

У цьому полягає перевага можливостей мультимедійної журналістики перед традиційною. Адже жодні найвлучніші слова не передадуть достеменно сміх головного героя, його тон чи інтонації тощо. Але сучасним медіа все це стає під силу саме завдяки мультимедійним форматам, зокрема аудіоілюстраціям.

Аудіоверсія тексту – текст інформаційного повідомлення, що начитується диктором і, окрім живих голосів, включає інтершум та синхрони. Інколи можуть створюватися не лише аудіоверсії окремих текстів, а й цілої газети.

Медіадослідники вважають, що якісна, професійно створена аудіоверсія є повноцінною альтернативою радіопотоку.

Аудіосюжет – текст у виконанні диктора, що містить інтершум та цитати ньюзмейкера. За своєю структурою він подібний до радіосюжета. Зазвичай в мультимедійній замітці триває близько хвилини.

Відеоілюстрація – фрагмент відео, що не має повноцінного сюжету і відображає лише частину мультимедійної історії. Його тривалість коливається від 3 до 20 секунд. У якості статичної ілюстрації до нього виступає так званий сплеш, тобто заголовний кадр. Часто відіграє головну візуальну роль у мультимедійних інформаційних матеріалах. Може містити рекламу.

Відеосюжет, на відміну від відеоілюстрації, має повноцінну побудову, що містить: зав'язку, кульмінацію і розв'язку. Його тривалість також є довшою, зазвичай вона коливається від 1 до 3 хвилин. Від традиційних телесюжетів відрізняється тим, що рідко містить стендапи, тобто присутність кореспондента в кадрі. Інформація мультимедійних відеосюжетів є доволі самодостатньою, хоча може містити рекламу.

Часто доповнюється текстовими блоками, розташованими нижче відео, в яких зустрічаються внутрішні та зовнішні гіперпосилання.

Потокове відео – відео, що транслюється безпосередньо з місця подій. Є дуже популярним серед мережевих ЗМІ. Оскільки створює максимальний ефект присутності, таким чином синхронізуючи саму подію з уявленням аудиторії про неї. Часто виступає провідним візуальним доповненням не лише самого сайту, а й окремої рубрики чи медійного матеріалу.

Інколи аудиторії пропонується одразу декілька прямих ефірів. Зустрічається не лише у мультимедійних репортажах, а й матеріалах з прес конференцій. Денисенко В. наголошує, що «потокове відео дозволяє організувати ток-шоу в прямому ефірі. Воно має низку «життів»: як прямий ефір події, так як сировина для похідних відеоілюстрацій чи відеосюжетів» [23, с. 8].

Також зазначимо, що завдяки розвитку мультимедійної журналістики, сьогодні відроджується культура карикатури. Сучасні мережеві ЗМІ звертаються до неї все частіше, оскільки вона стала анімаційною, наділеною звуком, рухом та ідею, а отже візуально цікавою для широкої аудиторії.

Як зазначає журналістикознавець І. Тонкіх: «рівень використання мультимедійних форматів залежить від жанру й тематики публікації: фотографії переважають в інтерв'ю, оглядах, та рецензіях, фотострічки й фотогалереї – у репортажах на політичну, спортивну й культурну тематику, інфографіка – у статтях на економічну тематику, карикатури та флеш-анімація – у політичних статтях» [74, с. 129].

Підсумовуючи вищерозглянуті погляди науковців та дослідників медіа, вважаємо що мультимедійні формати постійно удосконалюються, зазнаючи змін безпосередньо під час їх створення, як з точки зору технічних, так і творчих моментів. Але все ж таки їх фундаментальною основою залишаються незмінні: фото-, відео- та аудіо-матеріали.

1.2 Вплив мультимедійності на контент та роботу редакцій

Характерною рисою сучасних ЗМІ є їх мультимедійність, яка суттєво вплинула не лише на роботу редакцій, але й на професійні вимоги до журналістів. Конвергентні медіа зацікавлені в універсальних працівниках, здатних якісно виконувати цілу низку завдань, що раніше ставилися перед цілим штатом співробітників.

Вчений А. Калмиков переконаний, що сьогодні затребуваний медіапрацівник «поєднує в собі компетентність журналіста, веб-майстра, менеджера, фахівця з PR, тобто транспрофесіоналізм, який необхідно виробляти в собі як лідеру проекту, так і всім співробітникам» [42].

Так універсальність виступає синонімом конкурентоспроможності, типовий працівник інтернет-редакції часто поєднує функціональні обов'язки не лише журналіста, а й коректора, редактора та навіть верстальника.

Отже, мультимедіатизація журналістики суттєво змінює традиційні функції професійного журналіста та редакцій. Останні стають: мультимедійними, конвергентними і крос-медійними. Дослідники диджиталізації, мультимедіатизації та конвергенції в медійній галузі по-різному розуміють особливості та специфіку їх діяльності, і також структуру роботи. Проаналізуємо, у чому полягають їх провідні засади, а також спільні та відмінні ознаки.

Як вважають український вчений С. Демченко та німецький медіадослідник Р. Кендльбахер «основною особливістю мультимедійної редакції є наявність спеціальних редакторів для кожної технологічної платформи видавництва. Тобто, окремі редакційні одиниці працюють для друкованої та онлайн-версії видання» [44, с. 20].

Дослідниця Н. Виговська вважає, що мультимедійною є така редакція «яка виробляє мультимедійний контент для мас-медіа, що можуть входити, але не обов'язково, до складу медіакомпанії, наприклад, онлайн-медіа, ТБ тощо» [11, с. 12]. Вважаємо це визначення найбільш вдалим, оскільки воно робить акцент саме на створенні мультимедійного контенту.

Ось як бачить інтегровану мультимедійну редакцію інший дослідник ЗМІ Марк Дьюз: «команди новинарних працівників для друку, онлайн і радіомовлення спільно збирають інформацію, формують бази даних, планують сюжетні пакети, призначені для поширення в усіх засобах масової інформації» [87, с. 141]. Також його погляди поділяють наступні вчені: І. Кірія, К. Баранова, Л. Шестеркіна.

На сьогодні в науковому обігу існує не менш багато визначень і поняття «конвергентної редакції». Так дослідник В. Хелемендик характеризує її «виробничо-творчою структурою, що виробляє медіапродукт для декількох видів ЗМІ (інтернету, радіо, телебачення, друку), часто входить до складу одного медіаоб'єднання, в якому здійснюється обмін інформацією, анонсами, посиланнями на матеріали, рекламними площами» [76]

С. Демченко доповнює: «у редакції такого типу немає однієї людини, відповідальної за певний інформаційний канал, оскільки відповідальність за висвітлення новин на друкованій та цифровій платформах лежить на голові певного тематичного відділу» [44, с. 19]. Як бачимо, ці визначення науковців не суперечать одне одному.

Женченко М. вважає, що концепція роботи крос-медійної редакції полягає у «режимі мультиплатформного виробництва за наявності окремих редакцій кожної платформи та розширення функціональних обов'язків журналістів» [28, с. 145].

Схожою є й думка зарубіжного дослідника Д. Шантіна «крос-медійна редакція спирається на концепцію творення журналістами контенту для всіх засобів масової інформації для різних каналів. Кожен канал може мати свої цілі і особливості, але журналіст має створювати контент для всіх засобів масової інформації» [89].

Отже, робота крос-медійної редакції, перш за все, базується на взаємодії усіх працівників та обміні інформацією. Контент створюється одразу і для традиційних, і для мережових ЗМІ. Журналісти працюють над виготовленням фото-, відео- та аудіо-матеріалів, які будуть розміщуватися на різних технологічних та інформаційних платформах.

Більшість дослідників медіа вважають, що мультимедіатизація та конвергенція є незворотніми, оскільки ці процеси виникли як логічна реакція на потреби сучасної аудиторії.

Так дещо радикальною виглядає думка Д. Шантіна, директора школи мультимедійної журналістики IFRA Newsplex: «деякі видавці все ще вважають, що ідея інтегрованого виробництва новин їх не стосується, проте вони матимуть великі проблеми. Рано чи пізно накладі зменшаться. Менше реклами, низька якість продукції. Потім цим виданням знадобляться гроші, і вони помруть» [89].

Лише користь від конвергенції вбачає і старший консультант Innovation International Марта Стоун: «майже в кожній країні, на кожному континенті

моно-ЗМІ перетворюються на мультимедійні компанії, об'єднуючи редакційні операції зі створення матеріалів для друкованих видань, мережі та радіопередач» [88, с. 76].

Логічно впливає, що мультимедіатизація ЗМІ породжує нову систему компетенцій та професійних вимог до редактора мультимедійної інтернет-редакції. Сьогодні він повинен вміти готувати інформаційний матеріал так, щоб його можна було оприлюднити водночас у друкованому виданні, теле- чи радіопрограмі, мережевому ресурсі. Отже, основна увага у редакційно-видавничому процесі зміщується з готового видавничого продукту на контент, який може змінюватися залежно від потреб комунікаційного засобу, за допомогою якого аудиторія отримує інформацію.

Сучасний редактор повинен інтегрувати всі робочі процеси зі збирання, опрацювання та подачі інформації аудиторії. Він керує редакційним процесом: вирішує, які історії мають бути висвітлені, ким саме і для якої платформи. Також він визначає необхідне обладнання і встановлює дедлайни.

Закордоном головного редактора конвергентної редакції часто називають: мультимедіапродюсером, редактором-режисером або ж редактором-продюсером. Його характерною рисою є вміння чудово знатися на різних комунікаційних платформах, швидко визначати де саме розмістити той чи інший матеріал для того, аби він був якнайкраще сприйнятий аудиторією. До редакторів традиційних ЗМІ такі ж вимоги не ставляться.

Це зумовлено тим, що специфіка збору, опрацювання та оприлюднення інформації може змінюватися в залежності від того для якої комунікаційної платформи вона готується. Більш того, це впливає на саму ідею матеріалу та його структуру.

Оксана Сельнтєєва, яка є магістром мультимедіа журналістики, вважає: «саме продюсери розуміють сприйняття тексту, відео, аудіо, вміють комбінувати різні форми подання інформації, координують зусилля аналітиків, мобільних репортерів, агрегаторів, фотографів, журналістів – усіх, хто працює над розкриттям певної теми. У мультимедіапродюсера є бачення всього

інформаційного комплексу, він обирає із доступних форматів найбільш релевантні для кожного матеріалу» [29, с. 90].

Обов'язки працівників, в свою чергу, можуть відрізнятися в залежності від рівня або виду конвергентних медіа. Так Д. Бревер зазначає наступні їх різновиди: «повна інтеграція: існує єдиний центр створення та розповсюдження інформації; перехідні медіа: окремі редакції однієї медіа-організації співпрацюють та обмінюються інформацією; окремі платформи: редакції працюють окремо одна від одної» [86].

У редакціях сучасних медіа кількість працівників може коливатися від одного універсального працівника до десятків спеціалістів вузького профілю. Все залежить від масштабу, можливостей та ресурсів самого видання.

Науковці О. Калмиков, Л. Коханова, що у будь-якому разі «головний редактор веб-видання повинен орієнтуватися не тільки в літературних та інформаційних особливостях матеріалу, але й в технологіях його представлення на сайті, а також в керуванні поведінкою інформаційного ресурсу в глобальному телекомунікаційному просторі інтернету» [42].

Проте попри мультимедіатизацію та конвергенцію, основним завданням ЗМІ залишається дати читачеві контент належної якості, адже саме він дасть змогу вижити пресі та залишитися інтелектуальною. А «освічені репортери та редактори допоможуть формувати журналістику майбутнього» [88, с. 87].

Редактор мультимедійного інтернет-порталу повністю контролює весь процес від початку створення контенту і навіть після його розміщення на сайті. З редактором традиційних ЗМІ його споріднюють такі обов'язки як: пошук тем та авторів майбутніх матеріалів, контроль за виконанням завдань та редагування. Його ж вузькою спеціалізацією є створення модульної сітки сайту та розробка плану медійних комунікацій.

Редактору доводиться відслідковувати й ті матеріали, які вже розміщені на сайті: час від часу перевіряти відображення та роботу гіперпосилань, а також коректність та доцільність текстів. У разі потреби, координувати роботу дизайнера чи контент-редактора тощо.

На нашу думку, в більшості сучасних медіа саме редактор є тим самим універсальним працівником, який часто виконує функції журналіста. Більш того, відповідає за вдале розміщення матеріалу у рубриці та його поадбільшу розповсюдженість серед аудиторії. Часто це залежить не від кількості працівників у штаті редакції, а скоріше від їх професіоналізму, оперативності та мобільності.

М. Женченко вважає, що «за якість окремих частин контенту сайту можуть відповідати кілька редакторів, зокрема: редактор мультимедійного контенту, редактор стрічки новин чи контенту, сформованого читачем. Також не останню роль відіграє і обсяг матеріалу» [28, с.145].

Підготовка та подальше розміщення на інформаційній платформі випуску новин, відео- та аудіо-матеріалів, фоторепортажів, фотогалерей, закадрових відео є вузькими обов'язками редактора мультимедійного контенту або мультимедіаредактора, як прийнято говорити у закордонних медіа.

Завданням редактора контенту, сформованого читачами або ж модератора читацького контенту є переглянути та проаналізувати усю ту інформацію, що є зворотнім зв'язком від аудиторії. Це можуть бути не лише коментарі, а й елементи громадянської журналістики, які виражаються у текстових, аудіо- чи відео- додатках.

Ми вважаємо, що модератор читацького контенту відповідає не лише за високий рівень інтерактивності, а й за відбір нових інфоприводів та ідей для подальшої роботи журналістів.

М. Женченко зазначає наступні професійні обов'язки редактора стрічки новин: «моніторинг ЗМІ та пошук основних подій дня, написання заголовків, підбір та опрацювання ілюстрацій до новин, підготовка фотогалерей для сайту, підготовка ексклюзивних інтерв'ю та коментарів, робота з експертами та ньюзмейкерами» [28, с. 144]. Також додамо, що цей редактор за наповнення стрічки новин, починаючи від самого пошуку інформації і закінчуючи його публікацією на порталі.

Інколи редактору доводиться брати на себе функції самого журналіста, створюючи оригінальний контент. В такому випадку він стає контент-редактором інтернет-ресурсу. При цьому він стає фактично журналістом та редактором водночас, оскільки пише не лише заголовки, а й повноцінні матеріали: статті, новини, прес-релізи, після чого розміщує їх на сайті інтернет-видання.

Медіадослідники зауважують, що до його посадових обов'язків також належить: «аналіз мережевих матеріалів та дослідження інших джерел для подальшого написання унікальних текстів, які не були оприлюднені раніше; оптимізація готових текстів та підготовка майбутніх до прочитання у пошукових системах; рейтинг та ведення стрічки новин» [28, с. 143].

Не дивлячись на всю свою вдавану простоту, насправді будь-яке мережеве медіа я досить складною структурою. Це передбачає цілий штат кваліфікованих працівників. Так, за створення та функціонування порталу має відповідати сам керівник проекту. Відслідковувати та налагоджувати його технічну роботу повинен адміністратор сайту. Журналіст займатися безпосередньо створенням самого контенту. А модератор підтримувати зворотній зв'язок із аудиторією.

Але, як слушно відмічає О. Гусак, «насправді дуже часто невеликі інтернет-видання у своєму штаті мають одного універсального працівника, який майже всю роботу для забезпечення функціонування сайту виконує сам» [40, с. 71].

Не можемо залишити поза увагою і той факт, що на сьогодні найпопулярнішими редакторськими професіями інтернет-середовища є контент-менеджер та контент-редактор. У всесвітній мережі під контентом (з англ. content – вміст) розуміють абсолютно будь-яке змістовне наповнення інформаційного ресурсу. Також «контентом називають тексти, мультимедіа, графіку. У HTML-документі контент – частина службової інформації в однойменному полі. У цьому полі розміщують опис-резюме інтернет-ресурсу (у дескрипторах Title, Description, Keywords)» [88, с. 228].

Отже контент-менеджером є працівник, який буквально керує контентом сайту, маючи службові повноваження редагувати його. За визначенням інтернет-енциклопедії Вікіпедія контент-менеджер «займається наповненням і редагуванням даних, розміщених на сайті» [48]; або «редактор сайтів, в обов'язки якого входить їх повноцінне наповнення текстовою, графічною та іншими видами інформації (контентом)» [49].

Дослідниця О. Гусак виокремила наступну низку завдань та обов'язків, виконання яких передбачає посада редактора сайту в сучасній мережевій журналістиці [40, с. 71]:

- залучення до написання концепції сайту майбутнього мережевого видання та безпосередньо його створення;
- часткова розробка дизайну та навігації сайту;
- внесок у написання технічних завдань (ТЗ);
- підбір кадрів, координація роботи редакції та співпраця зі спеціалістами, відповідальними за технічне обслуговування сайту;
- наповнення сайту якісним контентом на усіх етапах: підбору, створення та редагування;
- оптимізація контенту для пошукових машин;
- розміщення контенту на сайті за допомогою систем керування сайтом (CMS);
- аналіз статистики сайту за допомогою сервісів веб-аналітики;
- залучення до рекламних кампаній сайту;
- робота у напрямі SEO-просування сайту;
- забезпечення інтерактивності сайту, реагування на звернення користувачів, координування роботи модераторів;
- слідкування за дотриманням законодавства в діяльності інтернет-видання;
- моніторинг конкурентів сайту та сайтів спорідненої тематики;
- забезпечення постійного оновлення та актуальності інформації на сайті в усіх його розділах;

- просування сайту видання в соціальних мережах;
- внесення змін на сайт та запровадження нових можливостей ресурсу відповідно до тенденцій розвитку інтернет-медіа та потреб аудиторії.

Тож ми з упевненістю можемо стверджувати, що сьогодні розвиток мультимедійної журналістики викликав появу нових медіа-професій та професійних ролей.

Зазначимо, що вимоги зросли не лише до редакторів, а й до журналістів. Оскільки сьогодні для споживача ключовими факторами є швидкість і різноманітність способів подачі інформації, в редакції виникла потреба в роботі «універсального журналіста». Ось як бачить його обов'язки А. Качкаєва: «Такий фахівець виробляє контент, використовуючи один або відразу кілька методів: запис відео, аудіо, він може фотографувати, брати невеликі інтерв'ю. Універсальний журналіст не створює чисту «статтю» або «сюжет», він постачає до редакції «сировину», з якої потім буде зроблено матеріал. Він здатний працювати для будь-якої платформи, може бути не закріплений за конкретним ЗМІ, що істотно заощаджує ресурси» [52].

Тож перед редакціями постає питання «як мотивувати журналістів виконувати за ті ж гроші новий, і часто більш складний набір завдань» [29]. До того ж скорочення штату і вимога високої швидкості створення інформації «породжує певні психологічні проблеми: стрес, підвищену напруженість» [1]. Також суттєвим недоліком стає збільшення вторинної, «клонованої» інформації. Поле для творчої самореалізації журналіста постійно зменшується. Оригінальний контент зустрічається рідше, від призводить до зростання його інформаційної цінності. Всі ці фактори, в свою чергу, не лише провокують, а й посилюють тенденції медіакритики.

Не менш важливим є те, що сьогодні завдяки розвитку мультимедійної журналістики користувачі отримали можливість брати участь у створенні контенту. Розвиток блогосфери та соціальних мереж створив високу конкуренцію між професійними журналістами та пересічними користувачами інтернету.

Аби втримати лідерство у цій конкуренції засобам масової інформації доводиться залучати і утримувати увагу читача новими способами, переважно візуальними: інфографіка, ілюстрації, фотографії. А також іншими мультимедійними форматами, які ми розглядали раніше.

З одного боку, все це покликане «занурити» читача в подієвий ряд матеріалу, створити у нього ефект присутності. Власне «сам текст перестає бути ключовим елементом» [18, с. 105]. Але поступово користувач втрачає здатність до лінійного сприйняття тексту, тому виникає необхідність візуалізувати його, зробити з нього комплекс з тексту, інфографіки, відеороликів, інтерактивних ілюстрацій, вбудованих цитат тощо. Саме це призводить до «зародження та розвитку основного жанру мультимедійної журналістики – мультимедійного лонгріду» [18, с. 107].

Проаналізувавши специфіку створення контенту у сучасних редакціях, ми дійшли думки, що мультимедійна журналістика суттєво вплинула на роботу редакторів, журналістів та інших працівників медіа. Ці явища включають в себе як позитивні, так і негативні риси. Оскільки в задачах багатофункціональності, яка має на меті утримання аудиторії та конкурентоспроможності сучасних ЗМІ, часто погіршується сама якість контенту, його оригінальність. Через нехтування цими засадами страждає не лише журналістський авторитет, а що й ще гірше – професіоналізм.

Отже, незалежно від кола посадових обов'язків, компетенції редактора мультимедійних медіа значно відрізняються від компетенцій редактора традиційних ЗМІ. Також зауважимо, що їх чітке окреслення є важливим для практикуючих видавців, оскільки дозволяють максимально оптимізувати робочий процес у редакції.

З одного боку, розвиток мультимедійної журналістики кинув виклик професійним журналістам, потребуючи від них підвищення компетентності у сфері інтернет-технологій. А з іншого, дав потужний поштовх для поширення громадянської журналістики, оскільки кожен бажаючий отримав змогу самостійно створювати медійний контент, застосовуючи при цьому мінімальну

кількість доступних програм та гаджетів. Проте, оскільки кінцевий медійний продукт позбавлений професійної редакторської перевірки, часто він може не нести в собі цінності з точки зору дотримання журналістських стандартів і викликати відповідну критику. При цьому будучи затребуваним серед певної аудиторії.

РОЗДІЛ 2

МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ РЕПОРТАЖ ЯК ОСОБЛИВИЙ ЖАНР СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

2.1 Специфіка жанру, типологічні ознаки та види репортажу

Репортаж належить до класичних жанрів. Журналістські видання напрацювали вагомий досвід у створенні та оприлюдненні репортажів, оскільки у пресі цей жанр почав широко використовуватися ще два століття тому. Невипадково, що й інтерес науковців до них є постійним, що підтверджують праці вітчизняних та зарубіжних дослідників. Також останнім часом особливості розвитку цього жанру, а отже й його трансформацію, досліджували: Ж.-Д. Буше, М. Василенко [9], О. Тертичний [73] та інші вчені.

Найбільш поширеними визначеннями репортажу є: 1) повідомлення в мас-медіа про важливі події суспільного та культурного життя; 2) або, як науково трактує Л. Городенко «журналістський твір із групи інформаційних жанрів, поданий у формі емоційно піднесеної розповіді спостерігача певної події, безпосереднього свідка якогось явища» [17, с. 26].

Інформування про подію в той час, коли вона відбувається є ключовою ознакою репортажу, що визначає його жанрову природу. Як зазначає Г. Солганик: «так звана «фіксована миттєвість», що є не властивою для інших форм» [68, с. 76].

Характерними типологічними ознаками репортажу є:

- послідовне зображення події з дотриманням динаміки оповіді;
- наочність, яка забезпечується наведенням подробиць, описом деталей, прямою мовою та відтворенням вчинків головних героїв;
- документальність, що дає змогу реконструювати подію;
- емоційно забарвлений стиль оповіді, що створює відчуття переконливості;

– можливість осягнути, відчуту подію через журналістське бачення, що передбачає активну залученість репортера як особистості у матеріалі.

Медіадослідник З. Вайшенберг виокремлює наступні характеристики репортажу як інформаційного жанру журналістики належать: «достовірність огляду, імітація теперішнього (теперішній час як час розповіді), зв'язне написання, а також конкретно-наочна мова репортера» [7, с. 260].

Тобто репортаж є наочним уявленням про подію через кризь призму бачення журналіста, що виступає її очевидцем. Його особливості визначаються призначенням цього жанру. Завдання, що стоїть перед його автором, – розповісти подію очима очевидця чи учасника. Важливими якостями цього жанру є оперативність, динамічність і ефект присутності.

Зазвичай репортаж характеризують як «зримий жанр» [33, с. 172], «живі новини» [83, с. 57], «серію малюнків» [45, с. 187]. Науковець М. Кім вважає, що він сфокусований на «детальному відтворенні різноманітних зовнішніх характеристик події, її ознаках та властивостях» [45, с. 225]. Його метою є деталізувати подію, давши відповіді на питання: що і де відбувалося? Як це виглядало? Хто став учасниками?

За радянських часів превалююча кількість вчених відносила репортаж до інформаційних матеріалів. Це було зумовлено класичною класифікацією жанрів на: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Так науковець І. Лисакова відмічала, що провідною є «функція повідомлення з елементами динамічного опису» [67, с. 83], яке мало на меті «відтворення події». Вважалося, що репортаж завжди висвітлює окремий фрагмент події, в той час як звіт описує її вже у завершеному стані.

Але в науковому колі часто виникали і альтернативні погляди. Наприклад, дослідник Я. Солганик називав репортаж синтетичним жанром, який «неточно було би відносити до інформаційних» [68, с. 73]. Також в ньому відслідковували елементи «критики та полеміки» [33, с. 174]. На думку Б. Стрельцова репортаж міг використовувати «виражальні засоби аналітичних та художньо-публіцистичних форм» [70, с. 240]. А ось К. Рогова зазначала

недоцільність «авторських відступів аналітичного характеру» [67, с. 83] у репортажах. К. Білодід та М. Пилипинський і взагалі ставили репортаж «поряд із нарисом і кореспонденцією» [4, с. 146], акцентуючи увагу на лексичній строкатості матеріалів.

Прикметно, що у наш час в журналістиці також не існує єдиної жанрової класифікації. Поділи за типологіями залишаються варіативними. Тривають наукові дискусії щодо визначення жанрової природи репортажу. Так, наприклад, дослідник М. Кім відносить репортаж до інформаційних жанрів, але підкреслює наявність у ньому таких складових як «теза – аргумент – висновок» [45, с. 187]. М. Слюсаренко вирізняє аналітичні та інформаційні репортажі. А М. Яблонський у своїх дослідженнях виокремлює також літературні репортажі [84, с. 117].

На думку ж зарубіжного медіадослідника М. Вуароля репортаж є жанром «інформування, а не полеміки чи фейлетону» [12, с. 64], що уособлює собою «враження від фактів без пояснень та коментарів» [12, с. 64]. Схожими є і наукові погляди З. Вайшенберга, який вважає, що в репортажі подаються «факти, враження без власної думки щодо самої події» [7, с. 411].

Вважаємо за потрібне зазначити, що у нових жанрових поділах все ж прослідковується тенденція наближення репортажу «до нарису та замальовки» [67, с. 180], за визначенням Ф. Іванова.

Вчений М. Галлер акцентує увагу на тому, що у пресі переважно зустрічаються «форми викладу з елементами репортажу» [14, с. 348], а сам репортаж у чистому вигляді в друкованих виданнях є рідкістю. Тож він виокремлює «тексти, що виникають внаслідок змішування кількох жанрових форм» [14, с. 348] і безпосередньо самі репортажі. Саме в так званих репортажних текстах елементи аналітики є найбільш вираженими.

Л. Дускаєва вважає, що цінність інформаційного жанру завжди полягає у наявності «новизни відомостей, оскільки репортаж цікавий новими гранями відомого» [25, с. 118]. Коли репортер висвітлює якусь подію, що триває у часі,

він детально передає кожну фазу її розвитку. В той час як вже завершена подія подається у репортажі цілісно та ґрунтовно.

Вважається, що маркером вдалого, високопрофесійного репортажу можна вважати його можливість занурити аудиторію у подію, про яку інформується. Коли, шляхом використання композиційно-стилістичних особливостей та прийомів, у читача чи глядача втрачається відчуття реальності. Але важливо, щоб при цьому репортер чітко дотримувався стандартів точності та достовірності.

Адже репортер є частково відповідальним за те, як саме аудиторія сприйме ту чи іншу подію. Недарма його навіть ототожнюють з «думаючою камерою» [13, с. 176], якщо говорити про телевізійну журналістику. Д. Сабітов вважає, що саме журналіст скеровує погляд аудиторії, «зосереджено добираючи елементи показу» [64]. Отже, загальна картина дійсності, певно мірою, вимальовується також крізь призму власного світогляду репортера. Часто він акцентує увагу на окремих деталях, допомагає сфокусувати погляд на прихованому і задає загальний настрій матеріалу.

Науковець Я. Солганик переконаний, що репортаж є тим жанром, якому властива «фіксована миттєвість» [68, с. 76]. Неабияку роль відіграє саме достеменність відтвореної події. Розглянемо яким шляхом це досягається.

По-перше, дієслова використовуються переважно у теперішньому часі. Журналіст імітує спостереження, поєднуючи його з віщанням і вживає при цьому: особові займенники, називні конструкції та інші мовні форми, що викликають у широкої аудиторії ефект присутності. На думку Я. Солганика репортер «не просто розповідає про події, не просто описує їх – він фіксує безпосередні, живі явища, що відбуваються тут і зараз» [68, с. 39]. Все це «створює відтінок єдності відтвореного з відтворювачем» [68, с. 37], засвідчує відповідність зображуваного справжньому його стані.

Для репортажа характерна авторська присутність, як на місці події, так і в тексті повідомлення. Адже він створює таке інформаційне повідомлення, в якому фігурує осібно, як «композиційний, і стилістичний, і сюжетний

центр» [67, с. 68], візуально віщає з самої гуші. Прикметно, що у репортажі «очевидність несе інформаційну функцію, функцію повідомлення про абсолютно конкретну подію» [64].

У визначенні М. Галлера, головна функція репортажу полягає у тому, щоб «зробити читача учасником та дати йому вільно сформувані власне бачення реальності» [14, с. 348]. А ось науковець О. Александров вбачає основну мету репортера у тому, щоб «візуалізувати новину, вплинувши на почуття «проілюстрованим» фактом» [4, с. 33].

Таким чином створити вичерпну характеристику жанрової форми репортажу можна на прикладі його традиційного інформаційного зразка. Суть такого інформаційного повідомлення полягатиме в тому, щоб візуалізувати новину, продемонструвавши певний фрагмент дійсності. При цьому інформація має бути помірно емоційною і, в той же час, слугувати фундаментом для подальшої аналітичної роботи.

Також зазначимо, що провідними характеристиками репортажу є його «фіксована миттєвість», образність та авторська присутність, що виникає в результаті використання образних висловів та мовних одиниць у теперішньому часі.

Вважається, що фізична присутність репортера в рамках події, про яку він інформує, інколи може нести потенційну загрозу для його життя чи здоров'я. Так в країнах з обмеженнями свободи слова журналісти зазнають соціальних утисків, обмежень та навіть насилля. Проте є організації, що опікуються захистом прав та свобод репортерів. Зокрема до них належить організація «Репортери без кордонів».

В. Павлів зауважує: «На відміну від журналістського розслідування чи аналітичної статті, репортаж нічого не доводить — він лише показує. Відповідає на запитання: як це відбувається чи відбувалося?» [56, с. 110].

Авторська команда посібника «Репортаж & крапка» переконані, що хороший репортерський матеріал обов'язково містить в собі наступні складові: «конфлікт, сильну історію та фактурних героїв, сюжет і драматургічну

композицію, ефект присутності (описи, діалоги, деталі), просту, людську мову, паралельну метафізичну історію» [63].

Головна ідея репортажу, на думку В. Павліва, повинна відобразитися у заголовку і проходити через увесь текст як основа, на яку нанизуються факти і враження журналіста. Репортаж мусить бути динамічним: короткі речення, чіткі формулювання, інтрига на самому початку (в телебаченні це називається правилом перших 10 секунд : якщо за цей час глядача не вдалося зацікавити, то він, найімовірніше, перемкнеться на інший канал) [56, с. 112].

Науковець О. Довженко зазначає, що «на відміну від нормальної для інших жанрів практики посилення на джерела, репортер не мусить пояснювати, звідки взяв той чи інший факт, і доводити, що описані події та процитовані герої реальні» [63]. Це свідчить про те, що аудиторія завжди довіряє журналістові авансом. Отже для нього є особливо важливим не вдаватися до вимислу чи прикрашання фактів.

Коли репортер звертається до аудиторії, він має адресувати не лише до її логіки, а й емпатії. Це передбачає використання таких прийомів як: помірне застосування емоційно-експресивної лексики, фактологічний виклад події, що доповнюється авторською позицією стосовно тієї події про яку інформується.

Загалом же у репортажі можуть поєднуватися елементи різних інформаційних, аналітичних і навіть художньо-публіцистичних жанрів. Оскільки репортер повинен розповісти про факти та явища якомога яскравіше, вражаюче, він використовує усі доступні йому методи: додає до репортажу елементи звіту, інтерв'ю (монологу, діалогу чи бесіди кількох людей), рецензії, нариса, зарисовки, есе тощо.

Можна виокремити наступний алгоритм створення якісного репортажу, який наводить В. Павлів у посібнику «Репортаж: між фактами та емоціями»: [56, с. 114]

- період підготовки до репортажу;
- збір матеріалу;
- написання матеріалу;

– підготовка до публікації.

Розглянемо та проаналізуємо більш ретельно кожен із цих етапів. Період підготовки включає в себе вибір теми, героїв, а також послідовності викладу. Тема має бути цікавою як самому журналістові, так і читачам. І, звичайно ж, володіти такою рисою як актуальність.

Хороший репортаж будується не лише навколо події, але й героя чи героїв. Але важливо, щоб матеріал не був надто перенасичений їх кількістю. Вони не повинні повторювати характеристики чи вчинки один одного. Саме унікальність є основою високопрофесійного та якісного матеріалу.

Опис та виклад подій в репортажі може відбуватися як хронологічно, так і обернено-хронологічно. Це допомагає не лише структурувати розповідь, а й витримати її динаміку.

Також не менш важливим є продумування та співставлення різних варіантів заголовків. У вдалому заголовку містить квітенсенція всієї статті. Його значення не можна недооцінювати. Серед журналістів навіть існує думка, що не варто починати написання репортажу, якщо заголовок ще не підібрано [56, с. 116].

Період збору матеріалу включає в себе перебування на місці події та спілкування з майбутніми героями публікації. В цей момент репортеру вкрай важливо зосереджувати увагу на тих елементах побаченого і почутого, які дозволять при описі досягнути наочності, творити переконливі й яскраві словесні образи.

На думку В. Павліва: «Кожну подію, ситуацію і людину потрібно пробувати «просканувати» п'ятьма органами чуття: зором слухом, дотиком, смаком і нюхом» [56, с. 117]. Очевидно, що зробити це практично не завжди можливо. Але хоча б тримати це на увазі потрібно.

На сьогодні не існує єдиної класифікації видів репортажу, оскільки журналістикознавці поділяють його за різними ознаками. Так А. Яковець виокремлює «подієві (новинні), тематичні, поставні (здійснюються за сценарієм, як постава в театрі)» [85, с. 55] репортажі.

Найбільш поширеним вважається *подієвий* репортаж. Його характерною ознакою є зазначення місця та часу події, яка висвітлюється. Він відрізняється високою оперативністю та актуальністю. Отже це висуває до репортера певні вимоги: вміння швидко збирати та опрацьовувати інформацію, до поки вона не втратила своєї соціальною значущості. До того ж, аби у читача склалося враження присутності, опис подій має бути: поетапним, динамічним, в міру емоційним та акцентованим на найяскравіших моментах. Авторська позиція у цьому виді репортажі є доволі відчутною.

Тематичний репортаж часто називають «оглядовим», оскільки він детально та різносторонньо висвітлює певну тематичну подію, а отже повністю відповідає своїй назві.

Також хочемо пояснити більш детально жанрові особливості аналітичного та художнього репортажів, оскільки саме вони є доволі затребуваними для аудиторії, хоча й не настільки популярними як подієві.

Сучасний репортаж все більше тяжіє до аналітичних форм. Задачею *аналітичного* репортажу є не лише висвітлити ті чи інші факти, а й з'ясувати їх першопричину та спрогнозувати подальший розвиток. Він будується навколо соціально значущої проблеми та документальних фактів. Репортер, який працює у цьому жанрі, повинен не лише зіставляти факти, досліджуючи їх взаємозв'язок, але й володіти критичним мисленням.

На нашу думку, його популярність серед аудиторії частково продиктована загальною нестачею часу у суспільстві. Так М. Галлер у посібнику «Репортаж» зазначає, що читаті ніби «делегують цю роботу репортерам: нехай вони здобудуть, опрацюють та інтерпретують, наскільки це є можливим, весь матеріал до теми – відгуки, думки політиків, експертні висновки, свідчення очевидців» [14, с. 115].

Дослідник І. Прокопенко дає наступне визначення *художньому* репортажу: «невеликий за своїм обсягом літературно-художній твір, присвячений оперативному зображенню якогось нового визначного явища,

важливої події дійсності. Відмінними рисами його є образність, публіцистична яскравість, літературно-художня розробка спостережень» [60, с. 157].

Цікавий поділ репортажів пропонує і французька школа журналістики:

- _ гарячий репортаж завжди висвітлює несподівану сенсаційну подію;
- _ теплий репортаж висвітлює подію в процесі її розгортання, тобто ту, що триває чи може повторитися знову;
- _ холодний репортаж стосується заздалегідь відомих анонсованих подій, що є «на слуху» у суспільстві і стосуються культурних, економічних, соціально-значущих сегментів.

2.2 Вплив мультимедійності на жанрову трансформацію репортажу

Прикметно, що у журналістиці періодично змінюється характер та форма подачі матеріалу. І це призводить до мутації звичних текстових форм. Видозмінюються навіть самі методи роботи з масовою інформацією. Особливо помітним це стає під час переломних для суспільства моментів: політичних, економічних, епідеміологічних тощо. Жанри змушені адаптуватися до нових комунікативних реалій [55].

Ось як визначає журналістський жанр медіадослідник Д. Іванець: «це важливий елемент метамови інтегрованих соціальних комунікацій чи сучасний код, за допомогою якого шифрується масова інформація ЗМІ й дешифрується аудиторією» [35].

Якщо проаналізувати різні наукові концепції, стане зрозумілим, що процес класифікації інтернет-жанрів продовжується. Зокрема У. Лешко відмічає, що «дослідники намагаються створити універсальне визначення поняття «жанр», що функціонує в інтернеті». Тому на сьогодні застосовують різні терміни, такі як: «віртуальний жанр», «цифровий жанр», «електронний жанр», «жанровий формат віртуального дискурсу», «гіпержанр» тощо» [50, с. 247].

Український науковець А. Захарченко зауважує, що не варто використовувати традиційне визначення і пропонує модифіковане: «жанр в

інтернеті – усталений тип твору, який склався історично і відрізняється особливою комунікативною метою або способом публікації» [32, с. 27].

Оперативність, мультимедійність та інтерактивність, які властиві саме інтернет-ЗМІ, мають першочерговий вплив на процеси трансформації журналістських жанрів [55]. Науковець В. Шевченко зауважує, що «конвергенція медіа спричинила конвергенцію жанрів» [82, с. 20].

Слушною є думка Б. Потятиника, який вважає що попередні напрацювання та журналістський досвід «нікуди не діваються. Вони органічно вписуються в розвиток цифрової журналістики з її безпрецедентною інтерактивністю та динамічністю» [58]. Не менш важливим є те, що за своєю природою мультимедійні жанри завжди є гібридними. А також, як зазначає А. Качкаєва, «форматними» [52].

Дослідник У. Лешко вважає жанрові форми мережевих медіа «рухомими та розмитими» [50, с. 247]. А появу гібридних жанрів пов'язує саме з інтернет-середовищем і переконаний, що вони «не мають відповідників у традиційних ЗМІ» [50, с. 247].

Завдяки практичній діяльності медіа авторська думка все частіше знаходить альтернативні форми для вираження. Тексти стають більш рухливими та гнучкими, що породжує перехід, і як наслідок, трансформацію жанрів. Інколи вони стають не лише комбінованими, а й принципово новими.

І. Тонкіх зауважує, що мультимедійність стає головним фактором жанрових трансформацій, тому найбільш популярними в інтернет-журналістиці можна вважати мультимедійний репортаж (або відеорепортаж) [74, с. 130].

Поділяє цю думку і російська дослідниця К. Пак: «особливою популярністю у мережі користуються жанри з пірамідальною структурою, які відповідають усім правилам новинної журналістики: оперативність, релевантність і лаконічність. Замітка та репортаж є найбільш затребуваними» [57, с. 22].

Вже стало традиційним, що поняття мультимедійного репортажу може застосовуватися, як для позначення телевізійного чи радійного матеріалу, так і

для текстового репортажу, в умовах його трансформації завдяки цифровій журналістиці. Тобто текст, як головна одиниця, доповнюється аудіовізуальним супроводом: фото-, відео- та аудіо-матеріалами.

В посібнику для вузів «Універсальна журналістика» під редакцією М. Шестьоркіної уточнюється, що вони можуть «нести інформацію в кількох доступних форматах одночасно [75, с.480].

Розглядаючи репортаж в площині мережевої журналістики, зазначимо, що його визначальною ознакою є саме гіпертекст, який в свою чергу доповнюється: візуальним, відео та аудіо контентом. Поєднуючись в одному матеріалі, вони становлять собою цілісний медіапродукт.

В наш час важко перебільшити значимість якості зображального контенту у мультимедійних репортажах. Для того ж, щоб зробити текст максимально легким для сприйняття його прийнято ділити на блоки, виділяючи при цьому найбільш влучні цитати.

Мультимедійність дозволяє доповнювати репортажі фотознімками, відеоматеріалами та цілими фоторепортажами, що можуть не містити навіть коментарів. Часто основний зміст події конкретизують саме фоторепортажами, тим самим відводячи текстові другорядне місце. Особливо це актуально тоді, якщо репортер володіє дуже промовистими знімками, які якнайкраще відображають зміст події, про яку інформується.

Шеф-редакторка Reporters М. Паплаускайте вважає, що справді якісний репортаж не завжди потребує візуального супроводу. «Але якщо говорити про медійні репортажі, то ми від початку прийняли рішення, що візуальна частина так само важлива, як і текстова. Фотографії в нашому випадку є не просто ілюстративним матеріалом, а самостійними історіями, які доповнюють текст. Ми також публікуємо цілком самодостатні фотоісторії — цей формат теж люблять наші читачі» [54].

Вищенаведена думка досвідченого недійного фахівця підтверджує нашу гіпотезу про те, що роль зображення у привабленні читацької аудиторії часто буває визначальною.

Аналізуючи фото в нових медіа, Я. Табінський акцентує увагу на тому, що фоторепортажі регіональних мережевих ЗМІ «часто вирізняються надмірною серійністю» [71, с. 330]. На думку вченого це зумовлено тим, що «редакторам доцільніше опублікувати більше фото з окремими деталями події, ніж шукати кілька різнопланових, справді вартісних фотографій високої якості та формулювати до них якісні підписи» [71, с. 330].

Дослідниця М. Чабаненко навпаки переконана у тому, що: «навіть у інформаційному середовищі нових медіа, жанр репортажу цілком здатний залишатися у своїх класичних вимірах» [80, с. 313], як приклад наводячи веб-сайти ЗМІ, на яких з'являються матеріали цього жанру в підкреслено газетному форматі.

Схожою є й наукові погляди російської дослідниці А. Качкаєвої, яка вважає, що в інтернет просторі репортаж зберіг «родову подієву і миттєву сутність» [29, с. 200].

Варто розуміти, що не дивлячись на всі свої переваги мультимедійні репортажі зовсім не витісняють текстові. І це добре, що аудиторія завжди може обрати канал отримання інформації, в залежності від умов та обставин довкола. Так, наприклад, знаходячись за кермом люди не мають можливості переглядати відеорепортажі, але залюбки слухають аудіотрансляції. Також не останню роль відіграє і пристрій, з якого споживач переглядає контент. Адже, використовуючи мобільну версію видання, необтяжливим для ока буде перегляд саме коротких відеорепортажів.

Тобто, переважно, основою мультимедійного репортажу все ж таки залишається текст з його особливим «ефектом присутності». А ось світлина, відео, анімація та інші зображально-графічні елементи лише підсилюють його.

Ще однією особливістю мультимедійного репортажу може виступати фоновий звук чи аудіодоріжка, яка відображає загальну атмосферу тексту та допомагає максимально відчувати її. Єдиним недоліком цього формату мультимедіа може бути те, що невдало підібране звукове тло часто здатне дратувати більшу частину аудиторії.

Дослідник І. Ковпашко зазначає, що «онлайн-репортаж не закінчується задачею матеріалу в номер: журналіст, який працює надцією темою, продовжує за нею стежити ще деякий час. Крім того, автор завжди має можливість підправити і доповнити вже опубліковану інформацію» [46]. Тобто він має початок, проте не має дедлайну і саме в цьому полягає його трансформаційна особливість, як мультимедійного матеріалу.

Відмічає цю закономірність і М. Чабаненко, зазначаючи що журналіст має змогу «1) висвітлювати кількадечну подію в межах одного матеріалу з поступовим оновленням публікації; 2) замінити фізичну присутність репортера на події уважним моніторингом інформаційних потоків» [80, с. 315].

Елементи, які становлять собою аналітичну складову в мультимедійному репортажі, виокремлює І. Ковпашко. Так, ними виступають: «статистичні таблиці, тематична інфографіка чи навіть карти місцевості, якщо це доцільно [46].

Інтернет-видання набувають відчутних переваг перед друкованими ще й тому, що є більш оперативними і часто проводять прямі трансляції у режимі реального часу. Особливо актуальним це є для видань, тематикою яких виступають культурні та спортивні події, а отже жанр репортажу є домінуючим.

Також репортаж у мережевому ЗМІ з'являється одночасно з перебігом події або ж одразу після її закінчення. Зазвичай текстові, аудіальні та відеорепортажі транслюються в онлайн-форматі, тобто у режимі реального часу. В той час як репортаж у газеті може бути опублікований лише через деякий час після завершення події.

Зазначимо, що онлайн-репортаж не лише не обмежений у використанні цих медійних форматів, а й доступний у будь-якій точці світу, що дозволяє залучити більшу аудиторію.

Також в мультимедійних репортажах увага аудиторії привертається й за допомогою збагачення розповіді ілюстративними засобами, що поєднується з

документальним словесним викладом та емоційно забарвленою лексикою, яка є невід'ємним елементом у цьому жанрі.

На сьогодні внутрішні та зовнішні гіперпосилання зустрічаються у текстових блоках мультимедійних репортажів все частіше. Медіадослідниця О. Хіренко зауважує, що «у середньому в репортажі обсягом до п'яти тисяч знаків в інтернет-виданні нараховується до п'яти-семи посилань» [78, с. 40]. Активне використання гіперпосилань зумовлене також тим, що це «посилює комунікативний аспект, допомагає аудиторії більш ґрунтовно ознайомлюватись із інформацією, але водночас відволікає від гармонійного сприйняття тексту» [78, с. 40].

Також на процес трансформації мультимедійного репортажу у сучасній журналістиці впливає така якість як інтерактивність, максимально наближуючи репортера та контент, створований ним, до аудиторії. Відбувається постійна взаємодія та зворотній зв'язок між: журналістом та читачем (або ж глядачем).

Дослідник В. Тарасюк зазначає, що в інтернет-просторі найчастіше зустрічаються наступні різновиди репортажів: інформаційні, події, тематичні, проблемні репортажі, репортажі-звіти, репортажі-роздуми, репортажі-зарисовки, зрідка – репортажі-інтерв'ю. Але найпоширенішими є саме фоторепортажі, скільки мережа забезпечує «майже необмежені можливості для використання світлин», тому не випадково, на його думку, багато саме фоторепортажів [72, с. 251].

Тобто повноцінним структурованим фоторепортажем може виступати будь-який мультимедійний репортаж, що є сукупністю найбільш вдалих знімків.

Але і на цьому класифікація репортажів, що трансформувалися в інтернет-просторі і набули ознак мультимедійності, не закінчується. Так дослідниці Є. Цимбаленко, К. Соколова вважають, що під репортажем може розумітися навіть «безперервний постинг коротких інформаційних повідомлень з місця подій у соціальних мережах» [79, с. 81].

О. Сомова виокремлює таку «видову форму репортажного жанру» [69, с. 20] як блоговий репортаж, а також його підвид – так званий твіт-репортаж. Останній часто містить: елементи як: інтерв'ю, авторську позицію та персоніфікацію, «сполученням прагнення до об'єктивності з гіперсуб'єктивністю та емоційністю» [69, с. 21].

Зазначимо, що свого часу твіт-репортажі, які пов'язані переважно з громадянською журналістикою, були досить популярними серед широкої аудиторії. Оскільки на сьогодні Twitter є не надто популярним в Україні, до цього прийому майже не вдаються. Хоча у інших країнах твіт-репортажі залишаються затребуваними.

Так білоруський журналістикознавець О. Градюшко зазначає, що трансляції можуть відбуватися: «із публічних акцій, спортивних змагань, місць надзвичайних пригод; причому повідомлення в Twitter можна ілюструвати фото-, відео- або аудіофайлами» [20, с. 123].

Також цей вчений від слідкував популярність онлайн-репортажів у спортивній журналістиці. Ось як він характеризує їх «текстові онлайн-трансляції, коли журналіст збирає матеріал поступово, поки триває спортивний захід, подаючи невеликі порції текстових повідомлень із фото, з позначенням точного часу» [19, с. 115-116].

Медіадослідниці О. Куцевська та Д. Дьячкова відмічають, що мультимедійні репортажі також можуть бути «побудовані за принципом зворотної хронології, з фото та відео, коментарями безпосередніх учасників, авторів та експертів у реальному часі, посиланнями на минулі повідомлення, прогнозами аналітиків тощо» [26, с. 148-149].

Журналістикознавець М. Чабаненко наголошує також на таких нових різновидах репортажів, як онлайн-репортаж та репортаж із соціальних мереж, що «за своєю структурою, стилем і, тим більше, за технічним виконанням значно відійшли від класичних» [80, с. 315]. Також під час медіа досліджень вченої була підтверджена гіпотеза про те, що онлайн-репортажі «кілька разів

оновлюються, інформація може нарощуватись як знизу (рідше), так і згори (зворотній хронологічний порядок)» [80, с. 316].

В той час як інформаційними приводами для репортажів із соціальних мереж слугують «сплески обговорень тієї чи іншої події, що викликала широкий резонанс у суспільстві» [80, с. 316], що часто доповнюються відповідними скріншотами. М. Чабаненко відмічає цікаву особливість цього різновиду репортажа, пояснюючи, що він «ламає стереотипне уявлення про найголовнішу жанрову ознаку репортажу – ефект присутності» [80, 317], оскільки ця присутність є ментальною.

Зазначимо, що інколи мультимедійні репортажі можуть подаватися у вигляді мікросайтів, що мають власну структуру та навігацію. Такий формат допомагає споживачеві максимально зосередитися саме на матеріалі. Оскільки сторонні інформаційні елементи не потрапляють у поле зору його уваги. Зокрема такі прийоми зустрічаються на сайті «Радіо Свобода». У мережевих виданнях «Zaxid.net» та «Reporters», які ми аналізували у третьому розділі, таких особливостей нами виявлено не було.

У структурі кожного мультимедійного репортажу обов'язковим є заголовкове фото або відео, які відображають загальну атмосферу контенту. Лід або ж лід-цитата майже завжди інтригуючі. Вони виділяються кеглем, накресленням чи стилем шрифту. Це дозволяє не лише розставити зображальні акценти, а й сформулювати свій персональний почерк у верстці кожного інтернет-видання.

Текстові блоки мультимедійних репортажів насичені не лише знімками та відео, а й внутрішніми та зовнішніми гіперпосиланнями, які доповнюють факти, зазначені у матеріалі. Також, за потреби, можуть доповнюватися позначкою «геолокація».

Інколи мультимедійні репортажі можуть бути доповнені фоновим звуком: шумами, які передають атмосферу тексту і дозволяють читачеві максимально зануритися у події, що описує журналіст. Зазначимо, що за бажання цю опцію можна вимкнути.

Доповнення матеріалів аудітлом є надзвичайно популярним у репортажах «Радіо Свобода». Зокрема, такі прийоми зустрічаються у «Ті, що качають місто», «Підводна армія. Як охороняють кордон країни під товщею води?» та інших журналістських роботах. Також, окрім тематичних звуків, аудіоконтент може включати елементи живих розмов, тобто інтерв'ю.

Ще однією особливістю мультимедійних репортажів є можливість залучати до матеріалів елементи: VR-відео, які створюють так звану віртуальну реальність; відео, що зняте у форматі 360° і є сферичною зйомкою; а також доповнену реальність (AR).

Отже, проаналізуємо їх провідні характеристики більш ретельно.

VR-відео є «штучно створене комп'ютерними засобами середовище, що імітує зорові образи, живий звук, об'єм сконструйованих об'єктів» [65, с. 224]. Його головним завданням є занурити споживача у вигаданий світ, для чого можуть застосовуватися спеціальні окуляри для перегляду.

Оскільки VR-відео є особливо популярною у розважальній індустрії, дослідниця І. Колосовська зауважує, що «важливо не плутати ігрову віртуальну реальність та власне журналістську» [47], маючи на увазі те, що новітні формати подачі контенту жодним чином не повинні порушувати журналістські стандарти.

Значно зрозумілішою та звичною для аудиторії є доповнена реальність (AR). Зазвичай вона проявляється у таких простих речах, як фотофільтри у соціальних мережах. Репортажі або ж посилання на них розміщуються на різних комунікаційних платформах, адже, як слушно замітив Ш. Прімбс «соціальні мережі ніколи не сплять, вони завжди є увімкненими та сприяють вірусному ефектові [59, с. 198].

Перевага ж сферичного відео полягає у тому, що воно дає глядачу змогу самостійно обирати ракурс, таким чином керуючи кадром. Але варто пам'ятати, що застосування як сферичного так і VR-відео повинно бути виправданим. Адже переважна більшість аудиторії не має необхідних VR, а робота зі сферичною зйомкою є доволі кропіткою для мультимедійних працівників.

Вважаємо, що ці можливості мультимедійного контенту доцільно використовувати для висвітлення соціально значущих та масштабних подій: репортажів з парадів, концертів тощо.

Додамо, що в наш час використання цих форматів стає все більш доступнішим для сучасних та прогресивних ЗМІ. Вони є незамінними, якщо на меті стоїть створення так званого імпресивного контенту, покликаного ментально перенести аудиторію на місце події, тим самим викликавши почуття співпереживання.

Саме використання VR-відео, доповненої реальності (AR) та сферичної зйомки максимально зменшує бар'єри між журналістом та аудиторією, аудиторією та подією.

РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ РЕПОРТАЖІВ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ «ZAXID.NET» ТА «REPORTERS»

3.1 Порівняльний аналіз видань «ZAXID.NET» ТА «REPORTERS»

Сучасні медійні видання, представлені в мережі інтернет, мають особливу форму та структуру: вони не мають чітких кордонів у обсязі та періодичності, оновлюються з різним ступенем оперативності, але при цьому є чітко структурованими за рахунок внутрішніх посилань. Розглянемо видання «Zaxid.Net» та «Reporters», застосувавши при цьому порівняльно-описовий метод.

Пріоритетною формою мовлення інтернет-видання «Zaxid.Net» є телебачення, оскільки переважна кількість матеріалів містить відеоролики. На порталі «Reporters» навпаки зустрічаються текстові публікації, доповнені дуже якісними тематичними знімками. Але, не дивлячись на ці розбіжності, обидва медіа поєднує те, що вони створюють та розповсюджують оригінальний мультимедійний контент. Текст, а також усі наявні формати мультимедіа як то: фото, аудіосупровід, відео не запозичуються у колег, а є результатом праці журналістів, що працюють у цих часописах.

Використання статико-динамічних ілюстрацій та відеоматеріалів залежить від інформаційної політики та домінантної форми мовлення видань. Відповідно, у «Zaxid.Net» частіше зустрічаються відеоматеріали. А у «Reporters» – фотоматеріали.

«Zaxid.Net» – це львівське інформаційно-аналітичне інтернет-видання зі щоденним оновленням стрічки новин. Сайт розпочав свою роботу у травні 2007 року. На сьогодні мовою видання є українська. Але до 2011 року були також російська та польська мовні версії сайту.

Основною тематикою публікацій є актуальні події не лише у Львові, а й у всій країні та навіть світі. Постійно висвітлюються питання політичного, культурного, духовного життя суспільства, а також дискусії на різні теми.

Засновником видання є ПрАТ «Телерадіокомпанія Люкс» (80 %), до складу якої входять також: радіостанції Lux FM (Львів), Lux FM (Київ), Радіо 24, Football 24, телеканал 24, та рекламне агентство «Люкс»¹. І Роман Андрейко (20%) – український бізнесмен, громадський діяч та політик.

«Zaxid.Net» має сторінки у соціальних мережах: «Facebook» та «Twitter». Щоправда, активність у останньому не надто висока. Нові дописи можуть з'являтися з періодичністю у декілька днів. У «Facebook» ситуація з цим значно краща. На текстові публікації подається гіперпосилання. Також поряд розміщуються фотоматеріали з метою зацікавлення та привернення уваги аудиторії. А ось відеоматеріали розміщуються одразу в самій соціальній мережі. Тобто, що переглянути потрібний відеорепортаж непотрібно переходити на сам сайт.

Кількість читачів, що відстежують новини «Zaxid.Net» у «Twitter» становить всього 80, 2 тисячі. А ось у «Facebook» – 121 589 тисяч. Вважаємо, що це зумовлено не лише різною частотою оновлення новин у цих соціальних мережах. А й тим, що наразі «Twitter» є не надто популярним в Україні, на відміну від «Facebook».

Також видання має офіційний сторінку в «Instagram» (1021 підписників), «Telegram» (1688 підписників) та канал на «YouTube» (38, 6 тисяч підписників). На нашу думку така низька кількість підписників у «Instagram» продиктована тим, що ця соціальна мережа є популярною серед молоді і більше спрямована на так звані б'юті-тренди. Її цільова аудиторія менше переймається новинами.

Наведена кількість підписників «Zaxid.Net» у всіх вищезазначених соціальних мережах є дійсною на листопад 2021 року. Порівнявши її, ми дійшло висновку що на сьогодні найпопулярнішим каналом для просування медіапродукції видання є «Facebook». Частково це зумовлено аудиторією, уподобання якої відрізняється від цільової аудиторії того ж «Instagram». З урахуванням того, що середній вік користувача «Facebook» складає 40 років,

¹ Інтернет-видання «Zaxid.Net». URL: <https://zaxid.net/> (дата звернення: 10.09.2021).

новини інформаційно-аналітичного видання є затребуваними та користуються попитом у такому віці.

В новинах переважно висвітлюються місцеві події, а також їх анонси. Тексти містять системний та об'єктивний аналіз непростих тем. В колонках подається експертний погляд на актуальні події. Також на сайті присутні блоги, авторами яких є не лише журналісти, а й: письменники, політики, інтелектуали.

Популярними жанрами на «Zaxid.Net» є: репортаж, інтерв'ю, замітка, коментар, огляд та кореспонденція. Прикметно, що відеопродукція, котра може їх доповнювати, завжди є оригінальною.

На головній сторінці «Zaxid.Net» наявні так звані сплеші – стоп-кадри нового або найбільш резонансного відео. Вони містять в собі заголовки-гіперпосилання. Це допомагає читачу швидше визначитися та обрати потрібну й актуальну інформацію.

У лівому верхньому куті розміщені слайд-шоу із фотострічок, які одразу впадають у око і демонструють свіжі новини. Найбільш цікаві та актуальні мультимедійні публікації також виокремлюють у спеціальні розділи на головній сторінці. Вони розташовуються в центрі.

Перелік рубрик містить спеціальні розділи: «Фото», «Відео», «Репортажі» та інші. Оскільки вони розміщуються одразу після назви видання, це дозволяє їм перебувати у постійному фокусі читацької аудиторії.

«Reporters» позиціонують себе як головне репортажне медіа країни². «Ми любимо і вміємо розповідати історії. Такі, що захоплюють і надихають, чи такі, що вражають і провокують дискусії. У часи бурхливих суспільно-політичних змін важливо бачити, як вони впливають на долі окремих людей. Чути їхні голоси, ще краще розуміти їх. Літературний репортаж – один із найкращих способів розповісти про великі соціальні процеси через людські історії».

Видання «Reporters» входить до медійної екосистеми The Ukrainians Media. На медійному ринку існує три роки, тобто є доволі молодим. До того

² Інтернет-видання «Reporters» URL: <https://reporters.media/> (дата звернення 20.08.2021)

ведикі репортажі публікувалися безпосередньо на сайті The Ukrainians Media. Співзасновницями є Марічка Паплаускайте (головний редактор) та Інна Березніцька. Всього команда налічує 11 медійних працівників. Сайт має дві мовні версії: українську та англійську.

Редакція є вільною від комерційних упереджень. Стратегічними партнерами виступають: «Фонд розвитку ЗМІ» Посольства США, European Endowment for Democracy, Royal Norwegian Embassy in Kyiv.

Також «Reporters» є дуже зацікавленою у читацькій підтримці, що сприяло створенню читацької «Спільноти». Її учасники можуть стати: спільниками(цями), фанатами(ками) та амбасадорами(ками). Це має на увазі наступне: спільник може отримати емейл-розсилку зсередини (вартість 50 гривень на місяць, 500 – на рік); фанат, окрім розсилки отримує щомісячні зустрічі «на каву» у редакції, а також ексклюзивні тексти та подкасти (100 гривень на місяць, 1000 – на рік); амбасадор, окрім усього вищезазначеного, також друкований журнал «Reporters» та знижки на продукцію партнерів (200 грн. на місяць, 2000 – на рік).

У червні 2021 році вийшов дебютний друкований номер видання «Reporters». Ним став спецпроект «30 років Незалежності у 30 фотографіях», доповнений коментарями письменниць, журналісток, правозахисників та філософів.

Запланована періодичність друкованого видання – раз на півроку. Наразі вона дотримується, оскільки у листопаді вийшов вже другий номер.

А навесні цього ж року вийшов подкаст «Reporters» – озвучування репортажів з аудіо драматургією, голосами та інтершумами.

Також «Reporters» має офіційні сторінки у таких соціальних мережах: «Facebook» (8693 підписники), «Telegram» (195 підписників) та «Instagram» (19,9 тисяч підписників).

На відміну від «Zaxid.Net», де найкращим каналом просування став «Facebook», у «Reporters» це виявився «Instagram». Вважаємо, це спричинено тим, що сам проєкт молодий і має молодий творчий колектив. Тож цілком

логічно, що саме його медіапродукт зміг привабити та зацікавити цільову аудиторію відповідного віку. Хоча репортажі видання є доволі глибокими та проблемними. Припускаємо, що зростання читацької аудиторії у «Facebook» є лише питанням часу.

Дослідимо та проаналізуємо обидва інтернет-видання за наступними критеріями: дизайн, тематика, навігація, оперативність, інтерактивність, гіпертекстуальність та реклама.

Дизайн «Zaxid.Net» витриманий у трьох кольорах: білий фон та чорні написи з елементами червоного. Вважаємо, це зумовлено тим, що оскільки на головній сторінці і так розміщено багато відеоматеріалів, очі не повинні втомлюватися ще й від надмірної кількості кольорів у оздобленні самого сайту.

Інтерфейс видання має наступний вигляд: назва розташовується вгорі посередині. Одразу біля неї можна бачити посилання на офіційні сторінки у соціальних мережах. Трохи нижче обрати бажану рубрику (статті, блоги, репортажі, новини), під якою розміщені тематичні підрубрики (суспільство, культури, економіка, спорт, Львів, світ тощо). Зліва наявні заголовки останніх новин. Все це дозволяє читачеві досить швидко визначитися з потрібною темою. Тобто інтерфейс є доволі зручним.

Дизайн «Reporters» є доволі схожим. Він також витриманий у білому фоні, та чорних написах з елементами червоного. На нашу думку, це також продиктовано великою кількістю медійних форматів, а саме статичних ілюстрацій, розміщених під назвами репортажів на головній сторінці. Оскільки людське око не повинне втомлюватися від перенасищення кольорів, адже читач не зможе довго перебувати на сайті.

Інтерфейс включає назву, що розміщена зліва, одразу під нею розташовуються найсвіжіші та найактуальніші публікації. Вгорі справа можна обрати бажану мовну версію сайту: українську чи англійську.

Тематикою публікацій «Zaxid.Net» є новини суспільства, Львову, світу, економіки, культури, спорту, цінової політики. Зазвичай заголовки є

короткими, дуже влучними та дотепними, наприклад: «Чіпи, хімтрейли та Covid із космосу» (В. Ейсмунт), «Ефект Дон Кіхота» (С. Безушко).

«Zaxid.Net TV» містить наступні програми:

«Чорне і біле» – огляд головних новин Львова та України від публіциста та активіста Майдану Андрія Дрозда (Коронавірус у Львові, збільшення вакцинованих, петиція про навчання; Нове будівництво у місті, вакциновані або відсторонені, розвиток медицини). Виходить у прямому ефірі видання по буднях о 21.00. Середній хронометраж – 23 хвилини. Може варіюватися від 18 до 25 хвилин. Кількість переглядів на «YouTube» може коливатися приблизно від 900 до 4500, в залежності від актуальності теми.

«Zaxid.Net live» – актуальні новини у Львові та світі (Сортування сміття у Львові; Міграційна криза у Польщі та Білорусі; Діти та коронавірус). Ведучим є головний редактор видання Олег Онисько. Середній хронометраж – 20 хвилин. Але може варіюватися від 16 до 22 хвилин. Кількість переглядів на «YouTube» становить від 500 до 4300 переглядів.

«РАГУlive» або Герої паркування у Львові – соціально-саркастичний проєкт, завдяки якому журналісти показують як невдало паркуються водії. Середній хронометраж – 1, 5 хвилини. Загалом ролики тривають від 1 до 3 хвилин. Кількість переглядів на «YouTube» складає від 600 до 2500 переглядів. Найбільшу кількість збирають ролики, в яких недотримання правил дорожнього руху та паркування призводить до ДТП.

«Репортажі», які уособлюють в собі головні новини Львова або швидкі новини для найбільш заклопотаних (У Львівській лікарні швидкої допомоги відкрили сучасну дитячу кардіохірургію; Куди піти у Львові і що подивитися онлайн у вихідні; У Львові відомий німецький пластичний хірург безкоштовно оперує дітей). Найбільш поширеними є матеріали журналістів Віталія Кублікова та Софії Трощук. Хронометраж репортажів може займати приблизно від 3 до 15 хвилин. Їх перегляд варіюється від 2000 до 8000 переглядів.

«Стінка та стінку» – інформаційно-аналітичний проєкт, який висвітлює проблемні теми одразу з декількох ракурсів (Дистанційне навчання: чому не

працюють львівські школи?; Тарифна революція електронного квитка у громадському транспорті Львова). Ведучий Віталій Кублік. Тривалість відео складає близько 30 хвилин. Середня кількість переглядів на «YouTube» становить 1500.

«Що не так?» – на сьогодні недіючий проєкт, який містить відеосюжети на проблемні теми та елементи журналістських розслідувань (Чому селяни продовжують палити траву?; Що більше безкарності, тим більше ми маємо проблем з нелегальною рубкою лісів). Містить 18 архівних матеріалів за 2017-2018 роки.

«Тільки у Львові» – наразі недіючий проєкт, який спрямований на історичний екскурс Львова (Чому у довоєнному Львові богема та математики мали окремі кав'ярні?; Як у довоєнному Львові знімали кіно і чому глядачі штурмували кінотеатри?; Як Львів став меккою українських хіппі та неформалів усього Радянського Союзу?). Нараховує 11 архівних матеріалів 2018-2019 роки).

«Мандрівки Львівщиною» – нині недіючий проєкт, назва якого говорить сама за себе (Куди поїхати зі Львова на вихідні: Острозький замок; Куди поїхати зі Львова на вихідні: замок Шенборнів та Сент-Міклош). На сайті містить 15 архівних відео за 2016 та 1 архівне відео за 2018 роки.

«Адреналін» – наразі недіючий проєкт про екстремальні види спорту (Стрибок у небо; У боротьбі зі стихією; Мистецтво вуличного спорту). Містить на сайті 10 архівних матеріалів ще за 2017 рік.

Отже, проаналізувавши вищенаведені дані, бачимо, що серед відеоконтенту найбільшу кількість переглядів збирають саме мультимедійні репортажі (до 8000 тисяч). З точки зору хронометражу найдовшими є матеріали проєкту «Стінка на стінку» (30 хвилин).

Тематикою публікацій на «Reporters» є наступні рубрики:

1. Репортажі (Ми ходимо колами вночі; Поки не приїхала «швидка»; Захищені), кожен із яких доповнений оригінальними фотознімками та ілюстраціями.

2. Світ (містять репортажі зарубіжних та міжнародних журналістів: Бена Маука, Джоша Вілбура, Меган О'Гіблін та інших).

3. Спецпроекти (являють собою матеріали з історичним екскурсом: 100 миттєвостей Революції; Обличчя Незалежності; Найвизначніші культурні події Незалежності).

4. Фотоісторії (містять як фоторепортажі – 80 одиниць, так і історія одного фото – 109 одиниць).

5. Подкаст (нараховує 17 аудіорепортажів: Штамп за яким мене знали; Дика ванілька).

6. Журнал (інформація про друковані примірники).

Всі ці рубрики містять хештеги: #село, #коронавірус, #війна, #права людини).

Навігація. Система пошуку на «Zaxid.Net» є доволі зручною. Завжди можна повернутися до початкової сторінки. Системне меню побудоване логічно та легко для сприйняття.

Система пошуку на «Reporters» також не викликає жодних нарікань. Матеріали можна шукати прямо на сайті через ключове слово або ж за рубриками.

Оперативність. На «Zaxid.Net» свіжі інформаційні матеріали з'являються майже кожні 30 хвилин, що свідчить про високу оперативність медіа працівників. Аналітичні публікації оновлюються також доволі часто: з періодичністю у декілька днів, а інколи навіть й щодня.

Оперативність «Reporters» не є настільки високою, адже ці медіа спеціалізуються виключно на репортажах, а не новинах. Інколи проміжок між появою нової публікації може становити більше тижня. Інколи ж репортажі з'являються з періодичністю у декілька днів.

Дослідивши ці матеріали більш детально, про що йтиме мова у наступному розділі, вважаємо, що вони є настільки якісними та цікавими, що чекати на них можна тиждень і навіть більше. Це не стане суттєвим недоліком для аудиторії – поціновувачів художніх мультимедійних репортажів.

Інтерактивність. Аудиторія «Zaxid.Net» має можливість коментувати будь-які текстові публікації та відеоматеріали, що свідчить про добре встановлений контакт з читачами. Користувачі залишають коментарі, як на самому сайті, так і в соціальних мережах.

Кількість коментарів може різнитися в залежності від зацікавленості матеріалом. Зазвичай, їх зустрічається декілька. Але якщо тема є проблемною та резонансною, їх кількість може зростати до шістдесяти. Загалом же, аудиторія воліє виражати свої враження у більш зручній формі: так званими лайками та дизлайками.

Зворотній зв'язок «Reporters» зі своєю аудиторією є ще більш розвиненим. Оскільки члени читацької «Спільноти» навіть можуть зустрічатися з журналістами у редакції. Логічно, що під час цих зустрічей вони можуть висловити власні враження та побажання. Варто лише пам'ятати, що це членство не є безкоштовним. Проте його вартість доволі низька і скоріше символічна.

Можливості коментувати матеріали безпосередньо на сайті немає. Проте це можна робити у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram» та «Instagram».

Гіпертекстуальність. Матеріали «Zaxid.Net» містять посилання як внутрішні (в межах сайту), так і зовнішні (на інші інформаційні ресурси). Останніх небагато, зазвичай вони подаються у самому тексті. Внутрішні посилання розміщені у лівій частині сайту і навіть мають власну назву «До теми». Зазначимо, що саме завдяки посиланням ми можемо дізнатися більше про тему, яка нас хвилює.

У «Reporters» наявні внутрішні гіперпосилання в межах рубрик. Зазвичай, вони виділяються червоним кольором.

Реклама. Може розміщуватися в правій та нижній стороні сайту «Zaxid.Net». Її кількість не є занадто великою, аби заважати сприйняттю основного матеріалу та викликати роздратування. На сайті вказана зворотна форма зв'язку для контакту з рекламодавцями. Видання, як і будь-яке інше, зацікавлене у співпраці з рекламною галуззю.

«Reporters» також зацікавлені у плідних зв'язках з рекламодавцями. «Ми віримо у ефективність об'єднань і вважаємо, що саме синергія додає особливої цінності ідеям й проектам», зазначається у рекламній рубриці видання.

Проаналізувавши отримані дані, зауважимо, що: на сьогодні найбільш поширеними мультимедійними форматами у «Zaxid.Net» є: фото, відеоматеріали та графіки. А у «Reporters» фото та аудіоматеріали. Кожне з видань має як низку спільних, так і відмінних рис. Зокрема, «Reporters» є значно молодшим і у цьому році запустило також друкований формат. У той час, як «Zaxid.Net» продовжує залишатися виключно у інтернет-версії.

3.2. Особливості репортажів «ZAXID.NET»

Ми вирішили проаналізувати репортажі видання «Zaxid.net», які вийшли протягом поточного року. В період з січня 2021 року до листопада 2021 року. Станом на 20 листопада на сайті опубліковано 531 матеріал у рубриці «Репортаж». Що майже в сім разів більше, ніж у «Reporters». В середньому у цій рубриці щотижня виходить близько 13 нових матеріалів.

Але коли ми почали переглядати їх більш детально, то зрозуміли, що значна частина цих матеріалів не відповідає жанровим ознакам репортажу. Так, у рубриці «Репортаж», окрім самих репортажів, розміщені: 196 головних новин Львова; 39 анонсів культурних подій; 1 документальний фільм С. Трощук «Covid-19. Львів». Тобто з 531 публікацій 236 не є репортажами. Ми не знаємо чим зумовлена така редакторська політика, що різні за жанром журналістські матеріали розміщуються в одній рубриці.

Також зазначимо, що із 295 репортажів три не відкриваються та є недоступними, а ще один, певно, розміщений помилково, тому що повністю дублює вже наявний попередній матеріал. Тож у підсумку отримуємо рівно 291 матеріал, який дійсно відповідає жанровим ознакам репортажу і є доступним для перегляду, а отже і дослідження. Їх повний перелік, з зазначенням авторства та дати виходу, подаємо у додатку А.

Домінуючими тематиками є:

– пандемія COVID-19 (У Львові шукають приміщення для другої хвилі вакцинації від Covid-19; Львівські медики розповіли про ситуації з коронавірусом у лікарнях міста; У Львові стрімко зростає захворюваність на Covid-19 серед шкільних вчителів);

– благоустрій Львова (Вулиці Львова чистять порохотягами та поливальними машинами; Біля львівського Парку культури відкрили дог-парк; Доріжки Львівського парку вперше посипали кавовою гущею; 87-річна львівська двірничка вправно господарює під час снігопаду);

– благодійність та збір коштів (БФ «Крила надії» збирає гроші на спеціальне харчування для дітей; Для порятунку 5-місячного Олексійка терміново слід зібрати 155 тис. євро; Для постраждалих у пожежі батька з сином збирають кров та гроші; Meest пожертвує 300 тис. доларів на обладнання для львівських лікарень);

– культурні події (Оновлену експозицію з шедеврами європейських художників відкрили у Львівській галереї мистецтв; У Львівському історичному музеї створять віртуальну екскурсію і 3D моделі експонатів; У Львові відкрився музей модернізму).

Прикметно, що всі репортажі також паралельно входять до інших рубрик, а саме: суспільство, культури, економіка. Також їх особливістю є дуже довгі заголовки, з яких читач уже дізнається головну подію, що сталася. В «Zaxid.net» переважають матеріали таких авторів: Б. Опока, Ю. Девда, О. Івашук, З. Казмірук, М. Крижанівська.

З наявних 291 репортажу більш детально ми дослідили кожен тридцятий та останній медійний матеріал, тобто 1/10 частину. Таким чином наша вибірка склала 10 репортажів. До їх числа увійшли: «Трансплантацію кісткового мозку дітям планують розпочати у Львові у 2021 році» І. Папірник, О. Івашук (15 лютого 2021 року); «Львівські поліцейські оштрафували 8 порушників карантину у маршрутках» Ю. Девда (25 березня 2021 року); «Комісія зафіксувала збільшення карстового провалля у селі на Львівщині» Б. Опока (20 квітня 2021 року); «У День музеїв львів'яни стрибали у резинки та садили

квіти» Ю. Девда (18 травня 2021 року); «На повітряних кулях в окупований Крим відправляють прапор із побажаннями кримським татарам» Б. Опока (16 червня 2021 року); «Обвал будинку у центрі Львова» О. Шиян, Б. Опока (19 липня 2021 року); «У Львові відзначили річницю початку протестів у Білорусі» О. Іващук (9 серпня 2021 року); «300 людей взяли участь у міжнародних змаганнях з триатлону у Львові» М. Когут (12 вересня 2021 року); «Як адаптуються до нових карантинних обмежень громадські заклади Львова» Ю. Девда» (19 жовтня 2021 року); «У львівській лікарні швидкої допомоги відкрили сучасну дитячу кардіохірургію» З. Казмірук (19 листопада 2021 року).

Публікації були проаналізовані нами за наступними критеріями: тематика, композиційно-структурні та сюжетні особливості, засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту, звуковий супровід.

«Трансплантацію кісткового мозку дітям планують розпочати у Львові у 2021 році». Тематикою репортажу стала необхідність закупівлі обладнання для трансплантації кісткового мозку у Західноукраїнському спеціалізованому дитячому медичному центрі. Також входить до рубрики «Суспільство».

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: для підготовки матеріалу репортеру довелося поспілкуватися з: пані Оксаною, синові якої вдалося подолати четверту стадію раку; директором Західноукраїнського спеціалізованого дитячого медичного центру А. Синютою; керівницею благодійного фонду «Крила надії» Н. Ліпською.

Центральними героями став одинадцятирічний Сашко та його мама Оксана, від якої йде головна розповідь. Репортаж висвітлює позитивний досвід Олександра у боротьбі з раком четвертої стадії завдяки фахівцям Західноукраїнського спеціалізованого дитячого медичного центру. Матеріал приурочений до 15 лютого – Міжнародного дня дитини, хворої на рак.

Акцентується увага на необхідності закупівлі високовартісного обладнання. Випадок Сашка виступає передісторією до головної теми

репортажу, прикладом того, що рак може бути виліковним навіть на четвертій стадії, якщо лікарня забезпечена необхідним обладнанням.

Текст розбито на 11 абзаців. Його головний меседж сформульований ще у ліді: «На закупівлю обладнання лікарні бракує 500 тис. євро»³.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головним форматом мультимедіа є відео. Його хронометраж: 2: 51 хв. Спочатку глядач може бачити вже здорового Сашка та його маму, після чого зйомку продовжуються безпосередньо у медичному центрі, де коментарі надають директора закладу та засновниця благодійного фонду. Дотримуються журналістські стандарти, оскільки обличчя пацієнта, що знаходиться у реанімаційному відділенні, приховане розмитим кружечком.

У тексті наявне одне внутрішнє гіперпосилання на репортаж 2018 року, що також пов'язаний із темою трансплантації кісткового мозку. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Zaxid.net». Так, у «Facebook» репортажем поділилося 10 користувачів. Коментарі відсутні.

Містить наступні хештеги #: репортажі, медицина, лікарні, медобладнання.

Звуковий супровід присутній у відео, це пряма мова героїв.

«Львівські поліцейські оштрафували 8 порушників карантину у маршрутках». Тематикою репортажу став поліцейський рейд в маршрутках щодо дотримання карантинних обмежень водіями та пасажирями. Також входить до рубрики суспільство.

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: для підготовки матеріалу репортеру довелося поспілкуватися з: водіями маршруток Павлом та Михайлом; пасажирями Ігорем та Оксаною; інспектором відділу безпеки

³ Папірник І., О. Івашук. Трансплантацію кісткового мозку дітям планують розпочати у Львові у 2021 році URL: <https://surf.li/bafpe> (дата звернення: 15.09.2021).

дорожнього руху поліції Б. Савюк. Центральними героями став інспектор та водій, якому виписали штраф. Також репортаж висвітлює діаметрально різні погляди водіїв та пасажирів щодо карантинних обмежень, які стосуються пасажирських перевезень. Текст складається з 10 абзаців та ліду.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головним форматом мультимедіа є відео. Його хронометраж: 2:14 хв. На самому початку ми можемо бачити поліцейський рейд в дії. Потім ідуть коментарі водіїв, інспектора та пасажирів. У тексті наявні два внутрішніх гіперпосилання на матеріали за 23 та 25 березня, що також стосуються карантинних обмежень. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Zaxid.net».

Під репортажем розміщені три коментарі, два з яких критикують поліцейський рейд та карантинні обмеження, але не сам журналістський матеріал.

Містить наступні хештеги #: репортажі, громадський транспорт, перевезення.

Звуковий супровід присутній у відео і є прямою мовою героїв.

«Комісія зафіксувала збільшення карстового провалля у селі на Львівщині». Тематикою репортажу стало карстове провалля ґрунту у селі Піски, що на Львівщині, яке щогодини збільшується більш ніж на 10 см. В усі сторони. Входить до рубрики «Суспільство».

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: для підготовки матеріалу репортеру довелося поспілкуватися з: пані Ольгою, яка є власницею будинку, що знаходиться в п'яти метрах від карстового провалля (саме вона стала центральною героїнею); головою Щирецької ОТГ О. Василюшином; мешканками села Піски пані Анною та Олено. Репортаж висвітлює історію виникнення карстового провалля та побоювання місцевих мешканців щодо цього. Текст складається з 11 абзаців та ліду.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головним форматом мультимедіа є відео, хронометраж якого складає 2:19 хв. На самому початку ми бачимо саме карстове провалля, зафіксоване камерою з висоти декількох метрів. Потім ідуть коментарі героїв, найяскравіші цитати яких подаються у титрах. Містить одне внутрішнє гіперпосилання на матеріал за 20 квітня 2021 року, у якому також висвітлюється проблема з карстовим проваллям у іншому львівському селі. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Zaxid.net». Під репортажем наявні два коментарі.

Містить наступні хештеги #: репортажі, екологія, карстові провалля.

Звуковий супровід присутній у відео і є прямою мовою героїв.

«У День музеїв львів'яни стрибали у резинки та садили квіти».

Тематикою репортажу стало святкування львів'янами Міжнародного дня музеїв. Також входить до рубрики «Культура».

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: для підготовки матеріалу репортеру довелося поспілкуватися зі: студенткою «Львівської Політехніки» С. Омеляною; працівницею Музею міста С. Горіною; завідувачкою художньо-меморіального музею ім. Труша Р. Козак; художницею Н. Русецькою. Працівники Музею міста протягом 50-років досліджували улюблені заняття маленьких львів'ян, тож запропонували гостям наступні вартісні ідеї: стрибки на резинці, виготовлення цукрових льодяників, висадження квітів. За словами працівниці музею С. Горіної дані інтерактиви спрямовані на те «...і щоб поностальгувати, і щоб показати, яким був соціальний стан населення»⁴. Текст розбито на 11 абзаців та лід.

⁴ Девда Ю. У День музеїв львів'яни стрибали у резинки та садили квіти. URL: https://zaxid.net/u_den_muzeyiv_lvivyani_sribali_u_rezinki_ta_sadili_kviti_n1519109 (дата звернення: 18.09.2021).

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головним форматом мультимедіа є відео. Його хронометраж складає: 1:45 хв. У тексті наявне одне внутрішнє гіперпосилання, на матеріал за 18 травня 2021 року, в якому висвітлюється нагородження музейних працівників премією. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Zaxid.net». Коментарі відсутні.

Містить наступні хештеги #: репортажі; музеї.

Звуковий супровід присутній у відео і є прямою мовою героїв.

«На повітряних кулях в окупований Крим відправляють прапор із побажаннями кримським татарам». Тематикою репортажу стала акція кримських активістів, що мешкають у Львові на підтримку кримських татар, які перебувають в тимчасово окупованому Криму. Він приурочений до 26 червня – Дня кримськотатарського прапора. Входить до рубрики «Суспільство».

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: Текст репортажу складається з ліду та п'яти абзаців. Сюжет побудований навколо події, що сталася 16 червня у Львові біля пам'ятнику Шевченка: кожен бажаючий міг залишити побажання на величезному кримському прапорі, пошитому краматорськими активістами. Прикметно, що до акції долучалися не лише перехожі, а й люди, які мешкають за кордоном, передаючи свої побажання онлайн. Сама ж акція стартувала у Києві. Перед кінцевою відправкою прапор ще має відвідати Одесу. Також у матеріалі наявний коментар представника кримсько-татарської громади Е. Бакірова.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматом мультимедіа є відео, хронометраж якого складає 0:50 хв. Головних героїв як таких тут немає. Зображено, як люди пишуть побажання. Коментарів у них не беруть. Коментар Е. Бакірова наявний лише у тексті. Гіперпосилання відсутні. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та

повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Zaxid.net». Коментарів немає.

Містить наступні хештеги #: репортажі, кримські татари, Крим, Одеса, Київ.

Звуковий супровід наявний у вигляді інтершуму, тобто звуків з місця зйомки .

«Обвал будинку у центрі Львова». Тематикою репортажу став обвал стіни житлового будинку на вул. Руській, внаслідок будівельних робіт «без відповідної документації та дозволів»⁵. Також входить до рубрики «Суспільство».

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: Текст репортажу складається з ліду та восьми абзаців. Сюжет побудований навколо трагічної події, що сталася 19 липня, адже під обвалами стіни загинув 17-річний хлопець, що працював з перфоратором. Наявні коментарі ДСНС та заступника міського голови Львова Андрія Москаленка.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматами мультимедіа є відео (хронометраж 1:07) та фотострічка, що вміщує 6 фото. Фотознімки надані ДСНС, міською радою та очевидцями. На відео можемо бачити як рятувальники працюють на місці трагедії, будь-які коментарі відсутні. У тексті є два внутрішніх гіперпосилання на репортажі за 19 вересня 2019 року (дозвіл на будівництво готелів у Львові) та 20 липні 2021 року (загибель хлопця під завалами будинку). Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Zaxid.net». У «Facebook» цим матеріалом поділилося 380

⁵ Шиян О., Б. Опока. Обвал будинку у центрі Львова URL: https://zaxid.net/vnaslidok_obvalu_budinku_u_tsentri_lvova_zagynuv_robіtnіk_n1522723 (дата звернення: 20.09.2021).

користувачів, що є великим показником для цього інтернет-видання. Коментарі відсутні.

Містить наступні хештеги #: обвал будинку, нещасний випадок.

Звуковий супровід наявний у вигляді інтершуму.

«У Львові відзначили річницю початку протестів у Білорусі».

Тематикою репортажу стала акція білоруських активістів у Львові, спрямована на «підтримку протестів на своїй батьківщині»⁶. Також входить до рубрики «Суспільство».

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: для підготовки матеріалу репортерам довелося поспілкуватися з: керівником Білоруського кризового центру у Львові О. Францкевичем; мешканцями Білорусі Ольгою та Алесем, що нещодавно переїхали до Львову. Текст складається з ліду та десяти абзаців. Містить цитати з виступу голови Львова А. Садового на підтримку білорусів.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головним форматом мультимедіа є відео, хронометраж якого складає 2:17 хв. Містить 4 внутрішніх гіперпосилання на: всі публікації за хештегом #Олександр Лукашенко; всі публікації за хештегом #Олексій Францкевич; репортаж за 10 серпня 2020 року «В Білорусі почалися масові сутички протестувальників з поліцією»; статтю за 9 серпня 2020 року «Офіційні екзит-поли показують перемогу Лукашенка на виборах президента в Білорусі». Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Zaxid.net». У «Facebook» матеріалом поділилося 10 користувачів.

Містить наступні хештеги #: репортажі, Білорусь, Олександр Лукашенко.

Звуковий супровід присутній у відео, як пряма мова героїв та інтершум.

⁶ Івашук. О. У Львові відзначили річницю початку протестів у Білорусі URL: https://zaxid.net/u_lvovi_vidznachili_richnitsyu_pochatku_protestiv_u_bilorusi_n1523927 (дата звернення: 20.09.2021).

«300 людей взяли участь у міжнародних змаганнях з триатлону у Львові». Тематикою репортажу стали спортивні змагання з плавання, спорту та велобігу, що відбулися у Львові після карантинних обмежень. Також входить до рубрики «Спорт».

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: для підготовки матеріалу репортерам довелося поспілкуватися з учасниками змагань: П. Стрижаком (м. Дніпр); І. Яськевичем (м. Львів); А. Ігнаткіною (м. Київ). Репортаж висвітлює як підготовку так безпосередньо і самі змагання, а також вручення нагород переможцям.

Текст розбито лід та п'ять абзаців. Містить коментар президента Федерації триатлону Львівщини Б. Михалуся.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматами мультимедіа є відео, хронометраж якого складає 2:12 хв., та фотострічка з 14 знімків, зроблених Р. Балукою. Містить одне зовнішнє гіперпосилання на сайт Львівської міської ради, де також висвітлюється ця подія у статті за 12 серпня 2021 року. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Zaxid.net». Коментарі відсутні.

Містить наступні хештеги #: репортажі, триатлон.

Звуковий супровід присутній у відео, як пряма мова героїв та інтершум. відсутній.

«Як адаптуються до нових карантинних обмежень громадські заклади Львова». Тематикою репортажу стала пандемія COVID-19, а саме карантинні обмеження, викликані нею. Входить також до рубрики «Суспільство».

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: для підготовки матеріалу репортеру довелося поспілкуватися з: керівником кінотеатру «Multiplex» В. Князевим; адміністраторкою кав'ярні «Black Honey» Ю. Чех; адміністраторкою салону краси «Mon Real Beaute» Ю. Берт; заступником

директора з розвитку Музея Франка Л. Більо; директором ТЦ «Victoria Gardens»; першим заступником міського голови Львова А. Москаленко. Репортаж висвітлює ситуацію з кількістю провакцинованих працівників у різних закладах міста. Текст розбито на лід та 14 абзаців.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головним форматом мультимедіа є відео, хронометраж якого складає 3:19 хв. Містить чотири внутрішні гіперпосилань на журналістські матеріали за: 18 жовтня 2021 року «У Львові запрацювали нові карантинні обмеження»; 18 жовтня 2021 року «Перевірки ковід-сертифікатів в Україні будуть вибірковими»; 19 жовтня 2021 «Львівщина другий день поспіль перевищує показники «червоної зони»»; 19 жовтня 2021 року «За добу в Україні померли 538 ковід-хворих. Це новий рекорд». Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Zaxid.net». Коментарі відсутні.

Містить наступні хештеги #: репортажі, коронавірус Covid-19, вакцинація.

Звуковий супровід присутній у відео, як пряма мова героїв та інтершум.

«У львівській лікарні швидкої допомоги відкрили сучасну дитячу кардіохірургію». Тематикою репортажу є відкриття частини сучасного блоку дитячої кардіохірургії (6 з 11 палат). Також входить до рубрики «Суспільство».

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: для підготовки матеріалу репортеру довелося поспілкуватися з: генеральним директором міської лікарні швидкої допомоги О. Самчуком; провідним дитячим кардіохіруром Novick Cardiac Alliance В. Дедовічем; дитячим кардіохірургом міської лікарні швидкої допомоги В. Петровим. Репортаж висвітлює співпрацю українських та американських медиків у проведенні операцій українським діткам, що мають серцеві вади з народження. Текст складається з дев'яти абзаців.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головним форматом мультимедіа є відео, хронометраж якого складає 2:39 хв. На відео присутні не лише коментарі головних героїв, але й епізоди зйомок з операційної, що не порушують норми журналістської етики. У тексті наявне одне внутрішнє гіперпосилання на матеріал за 10 листопада 2021 року «Лікарі із США почали оперувати у Львові дітей із вродженими вадами серця». Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Zaxid.net». Коментарі відсутні.

Містить наступні хештеги #: репортажі, лікарні.

Звуковий супровід присутній на відео у вигляді прямої мови героїв та інтершуму.

Отже, дослідивши вищеперераховані репортажі, зазначимо що:

- невід’ємним мультимедійним форматом є саме відео, хронометраж якого замайє декілька хвилин;
- зрідка зустрічаються фотостірки (в 2 з 10 матеріалах);
- у кожному репортажі наявні внутрішні гіперпосилання;
- зовнішні гіперпосилання зустрічаються зрідка (1 з 10 матеріалів).

3.3 Особливості репортажів «REPORTERS»

Ми вирішили проаналізувати репортажі видання «REPORTERS», які вийшли протягом поточного року. В період з січня 2021 року до листопада 2021 року на сайті їх було опубліковано всього 76, 7 з яких є фоторепортажами. Їх повний перелік у хронологічній послідовності ми подаємо у додатку Б.

Домінуючою тематикою медійних матеріалів є: пандемія COVID-19 (Щеплені від страху; Рік пандемії; Пандемія не вщухає; Щеплені на вокзалі; Захищені) та російсько-український конфлікт на сході (Останній проукраїнський; Іловайськ; 3 милим рай у бліндажі; Гробки між вирами; Шлях додому). Авторами, чиї роботи зустрічаються найчастіше стали: О. Омелянчук, І. Громлюк та Д. Безрученко.

З наявних 76 репортажів більш детально ми дослідили кожен сьомий медійний матеріал, тобто 1/10 частину. Таким чином наша вибірка склала 10 репортажів. До їх числа увійшли: «Щеплені від страху» І. Громлюк (25 січня 2021); «Ковток повітря» О. Омелянчук (25 лютого 2021); «Бачу, чую, відчуваю» О. Омелянчук (24 березня 2021); «Дихати» А. Сорокін (15 квітня 2021); «Живі люди» І. Громлюк (20 травня 2021); «Зайві» О. Гляделов (23 липня 2021); «Паспорт» О. Чекменьов (19 серпня 2021); «За іншими ознаками» К. Куманова (17 вересня 2021); «Щеплення на вокзалі» К. Чернічкін (22 жовтня 2021).

Публікації були проаналізовані нами за наступними критеріями: тематика, композиційно-структурні та сюжетні особливості, засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту, звуковий супровід.

«Щеплені від страху». Тематикою репортажу стала пандемія COVID-19, а саме вакцинація. Він був опублікований у січні 2021, коли в Україні ще не була розпочата вакцинальна кампанія.

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: для підготовки матеріалу репортерам довелося поспілкуватися з трьома українськими лікарями, які емігрували свого часу за кордон: О. Клімова, педіатр (Іспанія, м. Валенсія), А. Лапачко, хірург (Норвегія, м. Нарви), Тіна Голобородько, госпіталістка (США, м. Нью-Йорк). Саме вони стали центральними героями. Репортаж висвітлює їх досвід щеплення, а також найпоширеніші міфи щодо вакцинації.

Текст розбито на блоки, логічні переходи між кожною «мікроісторією». Найцікавіші цитати виносяться в центр по тексту та виділяються великим жирним шрифтом. Тематичність світлин посилює цілісність матеріалу.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматами мультимедіа є статичні фотознімки у кількості восьми штук. Вони надані героями та героїнями матеріалу, що зумовлено їх постійним проживанням за кордоном. Гіперпосилання відсутні.

Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Reporters».

Звуковий супровід відсутній.

«Ковток повітря». Тематикою є особливості життя людей, які страждають на хронічне обструктивне захворювання легень і мали залежність від кисню ще до пандемії. На знімках їх легені дуже схожі на органи, хворих на COVID-19. І в Україні цей недуг спіткав близько 4% населення. В публікації зазначається: «Через смертельний ризик підчепити COVID-19 їх відмовляються госпіталізувати навіть у критичних станах, більшість легеневих пацієнтів не можуть дозволити собі заплатити за кисневі концентратори»⁷.

Якщо говорити про *композиційно-структурні та сюжетні особливості* репортажу, то він містить одразу декілька центральних героїв: 1) 30-річна киянка Дар'я Матвєєва та її дідусь 74-річний Савін Юрій Семенович – колишній співробітник Інституту гігієни та медичної екології ім. О. Марзєєва, що помер від хронічного обструктивного захворювання легень; 2) жителька Мелітополя Катерина Нестеренко та її донька Пелагея, що страждає від муковісцидозу, при якому зараження COVID-19 може виявитися смертельним.

У даному репортажі ми виявили дотримання усіх ознак та елементів драматургії, які наявні в лінії обох героїв: експозиція, зав'язка, сюжет, кульмінація, розв'язка.

В обох випадках експозиція, тобто введення в проблему (залежність від кисню і проблема його забезпечення в умовах пандемії) є спільною.

Зав'язка: 1) погіршується стан здоров'я у Юрія Семеновича;

2) Катерина Нестеренко хворіє на COVID-19.

Сюжет: 1) рідні не можуть влаштувати дідуся до лікарні;

⁷ Омелянчук О. Ковток повітря. URL: <https://reporters.media/kovtok-povitrya/> (дата звернення: 25.09.2021).

2) жителька Мелітополя потрапляє до лікарні, але дуже переймається станом донечки Пелагеї, вперше починає на власному досвіді розуміти її серйозні проблеми зі здоров'ям;

Кульмінація: 1) Юрій Семенович потрапляє до військового госпіталю, завдяки благодійній допомозі фонду «Свої» Л. Литвинової вдається знайти кошти на його лікування;

2) пані Катерина проходить курс лікування у реанімації і починає все більше захоплюватися стійкістю власної доньки.

Розв'язка: 1) не дивлячись на докладені зусилля зі сторони рідні та медиків, Юрій Семенович помирає;

2) Катерина Нестеренко повертається додому після одужання.

Особливість даного репортажу полягає в тому, що він має одразу і сумну і щасливу кінцівку, оскільки долі героїв складаються по-різному.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматами мультимедіа є статичні фотознімки у кількості восьми штук. Вони надані героями та героїнями матеріалу, а також інформаційним ресурсом УНІАН. Містить два зовнішніх гіперпосилання на сторінки благодійних фондів у соціальній мережі «Facebook»: «Свої» та «Орфанні синиці». Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Reporters».

Звуковий супровід відсутній.

«Бачу, чую, відчуваю». Тематикою публікації є необхідність доступності дефібриляторів у межах метрополітену⁸.

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: центральним героєм репортажу став 25-річний поліцейський Олександр Рашевський, який врятував життя 56-річного киянина під час серцевого нападу, застосувавши дефібрилятор, встановлений на будці чергового метро.

⁸ Омелянчук О. Бачу, чую, відчуваю. URL: <https://reporters.media/bachu-chuyu-vidchuvayu/> (дата звернення: 28.09.2021).

Другорядними героями витупають Олена та Олександр Рашевські – батьки Олександра, практикуючі медики, що проживають на Донеччині. Розповідь про них є «мікроісторією» у репортажі, під час якої читач дізнається про те, як подружжя Рашевських рятує життя військових та цивільних на сході країни.

Також ключовою, хоч і менш помітною, фігурою репортажу є Марія Назарова – засновниця проєкту «РеаніМетро», мета якого полягає у встановленні дефібриляторів на всіх станціях київського метро». Висвітлення даної проблематики, а також зусиль активістів займає близько 50 % всього матеріалу.

Текст розбито на блоки, між кожною «мікроісторією» передбачені логічні переходи. В центрі тексту розташовані найвдаліші цитати, що виділяються жирним шрифтом. Всі текстові блоки супроводжуються знімками, які доповнюють цікавість та актуальність матеріалу.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматами мультимедіа є статичні фотознімки у кількості одинадцяти штук. Частково вони надані героями та героїнями матеріалу. Наявне одне зовнішнє гіперпосилання на сторінку «Центру спеціальної підготовки» у соціальній мережі «Facebook». Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Reporters».

Звуковий супровід відсутній.

«Дихати». І знову ж таки *тематикою* публікації є пандемія COVID-19, але тут акцент вже зміщується в сторону саме волонтерської роботи.

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: центральним героєм є Леся Литвинова – засновниця фонду «Свої». У офісі їй допомагає 12-річний син Віталік, поряд знаходиться півторарічна донечка Соломійка.

Репортаж будується навколо буденних справ Литвинової: дзвінки, видача та повернення концентраторів кисню. Зазначається: «Добровільні пожертви

фонд приймає винятково тоді, коли пацієнти повністю одужали»⁹. Зазвичай концентратори повертають із солодощами: тортиками чи примотаними скотчем шоколадками.

В той же час у матеріалі зауважується, що справи у фонду кепські: «— Величезну кількість концентраторів я купила в кредит. Просто телефоную постачальнику й кажу: вези! Він знає, що потім я якось викручуся, якось віддам... — на кілька секунд вона замовкає. У її погляді — розпач і безвихідь. — Настане мить, коли не викручуся. Як закінчиться епідемія, нам доведеться оголосити про банкрутство і закрити фонд. У цьому випадку страждає постачальник, страждає репутація фонду. Нам цього дуже не хочеться, але це єдиний вихід. А зараз ми намагаємося врятувати тих, кого ще можна врятувати.

Наразі борг фонду «Свої» перед постачальником — два з половиною мільйони гривень. І щодня він зростає. Один кисневий концентратор вартує близько тридцяти тисяч».

Прямо під репортажем подаються реквізиту фонду Л. Литвинової. Взявши де уваги цей факт, а також те, що назва фонду вже фігурувала у репортажі «Ковток повітря», вважаємо цей матеріал «джинсою», тобто замовним, покликаним рекламувати фонд «Свої».

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматами мультимедіа є статичні фотознімки у кількості одинадцяти штук. Всі вони зроблені фотографом В. Ртинським. Містять два внутрішніх гіперпосилання на матеріали з Л. Литвиновою: репортаж «Рік пандемії» та відеоролик «Виклик прийнято». Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Reporters».

Звуковий супровід відсутній.

⁹ Сорокін А. Дихати URL: <https://reporters.media/dyhaty/> (дата звернення: 03.10.2021).

«Живі люди». Тематикою репортажу є категорія соціально вразливих людей: «Вони такі ж, як усі, і водночас — кожен з особливою історією. Хтось на інвалідному візку, хтось з аутизмом, хтось із досвідом роботи в секс-послугах, хтось — колишній ув'язнений, наркозалежний або ж ром, проте не жебрак, а в солідному костюмі»¹⁰.

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: героїв матеріалу обрали завдяки заходу «Жива бібліотека», який проводиться у рамках Міжнародного фестивалю документального кіно про права людини Docudays UA. Ними стали: лесбійська пара, матір гея, тато трансгендера, та тато гея-військового. Спілкування з усіма ними відбувалося у ZOOM через карантинні обмеження.

У всіх чотирьох «мікроісторіях» також наявні елементи драматургії, але ми не будемо детально зупинятися на цьому. Значно більше нашу увагу привернула згадка про організацію TERGO – спільноту батьків, сімей, друзів ЛГБТ, засновницею якої є Олена глоба – матір сина-гея. Її син: «Богдан Глоба — успішний громадський діяч. Про це дізнаюся уже з Вікіпедії та соціальних мереж цього чоловіка. Він вивчав фінанси, є співзасновником благодійної організації «Точка опори», працював помічником народного депутата і став першим відкритим геєм, який виступив із трибуни Верховної Ради. У 2016 році, через погрози та відчуття того, що до повного прийняття суспільством іще далеко, чоловік виїхав з України до США. Там згодом заснував організацію, що допомагає й підтримує ЛГБТ-українців, які так само емігрували. Нині одружений».

Враховуючи вищенаведений факт, знову вважаємо репортаж «Живі люди» замовним, «джинсою», покликаною рекламувати організацію TERGO. Хоча не можна не зазначити, що сам матеріал формує чи намагається формувати у аудиторії толерантне ставлення до категорії соціально вразливих людей.

¹⁰ Громалюк І. Живі люди. URL: <https://reporters.media/zhyvi-lyudy/> (дата звернення: 05.10.2021).

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматами мультимедіа є статичні ілюстрації В. Лавриненко у кількості п'яти штук. Жодних фото героїв немає. Містять два шість зовнішніх гіперпосилань, зокрема на: організацію TERGO, офіційний сайт Міжнародного фестивалю документального кіно про права людини Docudays, зарубіжні дослідження щодо питань ЛГБТ. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Reporters».

Звуковий супровід відсутній.

«Зайві». Архівний фоторепортаж фотографа-документаліста О. Гляделова доповнений текстовими уточненнями. Його *тематикою* є: «історії дітей, які у 90-ті роки жили на вулицях великих міст. Знімками із «Зайвих нині користується Норвезька рада у справах біженців, міжнародна організація Дитячого фонду ООН – ЮНІСЕФ та багато інших правозахисних організацій»¹¹. Також, окрім рубрики «Репортажі», розміщений у рубриці «Архів фотосмаку».

Також до другої частини проєкту увійшли знімки 2002 року безпритульних дітей у Москві, в рамках міжнародної гуманітарної організації «Лікарі без кордонів», до якої О. Гляделов долучився у якості фотографа.

Оскільки ключовими тут є саме фото, не будемо розглядати *композиційно-структурні та сюжетні особливості*, оскільки текст є лише доповненням. Зазначимо лише, що його блоки логічно структуровані.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматами мультимедіа є статичні чорно-білі фотознімки О. Гляделова у кількості тридцяти п'яти штук. Гіперпосилань не містить. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних

¹¹ Гляделов О. Зайві. URL: <https://reporters.media/zajvi/> (дата звернення: 08.10.2021).

мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Reporters».

Звуковий супровід відсутній.

«Паспорт». Архівний фоторепортаж, знятий у 90-х роках 20 століття фотографом О. Чекменьовим. У текстовому доповненні зазначається: «Щоб якнайточніше передати дійсність своїх героїв (переважно – стареньких і людей з інвалідністю), фотограф знімав двома об'єктивами: «портретником» і ширококутним для відображення побуту та соціального становища цих людей».

У «Reporters» пояснюється: «Ідея фотопроекту виникла, коли радянські паспорти почали масово змінювати на українські. Чекменьов відчував, що у 90-ті фотографам випала унікальна можливість зробити щось для історії. Тоді, у 94-му, він отримав замовлення на зйомку від одного з луганських соціальних центрів, де щодня перетинався з людьми, що фізично не могли будувати життя у новій реальності»¹².

Тематикою фоторепортажу є життя людей похилого віку на момент становлення незалежності в нашій державі, а також фотографування їх для паспортного знімку. Ось як сам О. Чекменьов говорить про так звану чесну фотографію: «Це і є справжній паспорт. Лише так можна зрозуміти, як живе країна».

Не будемо розглядати *композиційно-структурні та сюжетні особливості*, оскільки текст є лише доповненням, першочерговими тут є саме фото.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматами мультимедіа є статичні фотознімки О. Чекменьова у кількості п'ятнадцяти штук. Гіперпосилань не містить. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Reporters».

¹² Чекменьов О. Паспорт. URL: <https://reporters.media/pasport/> (дата звернення: 10.09.2021).

Звуковий супровід відсутній.

«За іншими ознаками». Тематикою репортажу є одностатева любов і сприйняття її у суспільстві, часто вороже.

Композиційно-структурні та сюжетні особливості: центральними героями виступають чотири київських гомосексуалісти: 21-річна ЛГБТ-активістка Слава; Ірина Загоровська, з якою разом з партнеркою Танею виховує 10-місячну доньку Поліну; 32 річний Тигран Хачатрян і на вісім років молодший від нього Олександр Музика.

Текст розбито на блоки, логічні переходи між кожною «мікроісторією». Найцікавіші цитати виносяться в центр по тексту та виділяються великим жирним шрифтом.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головними форматами мультимедіа є статичні фотознімки у кількості десяти штук. Вони зроблені фотографом Д. Павловим. На відміну від репортажу «Живі люди», де герої не наважилися показати власні обличчя через соціальну вразливість, більшість героїв цього матеріалу дали згоду зробити знімки. Гіперпосилання відсутні. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Reporters».

Звуковий супровід відсутній.

«Щеплення на вокзалі». Фоторепортаж, історія одного фото з текстовим додатком. Тематикою є вакцинальна кампанія проти COVID-19: «Білі ширми, столи із ДСП і черга – пункт вакцинації та швидкого тестування на коронавірус на столичному вокзалі, який зазнімкував фотограф К. Чернічкін»¹³.

Містить короткий текстовий блок, який висвітлює питання вакцинації.

Засоби забезпечення привабливості та елементи мультимедійного контенту: головним форматом мультимедіа є статичний фотознімок

¹³ Щеплення на вокзалі URL: <https://reporters.media/shheplennya-na-vokzali/> (дата звернення: 15.10.2021)

К. Чернічкіна. Текстовий блок містить одне внутрішнє (репортаж «Захищені») і одне зовнішнє (спецпроект про тих, хто цінує життя «Захищені») гіперпосилання. Навігаційна панель дозволяє ділитися матеріалом у соціальних мережах: «Facebook», «Telegram», «Twitter» та повертатися до рубрики «Репортажі» або на початок сторінки «Reporters».

Звуковий супровід відсутній.

Отже із десяти розглянутих нами репортажів:

- три виявилися фоторепортажами;
- чотири пов'язані з тематикою пандемії, два з яких – зі щепленням;
- чотири відображають історії соціально вразливих людей, двоє з яких – представників ЛГБТ-спільноти.

Домінуючим форматом мультимедіа є статична фотографія. Зазвичай, на один текстовий репортаж припадає близько восьми знімків. Вони можуть: надаватися героями та героїнями самостійно, робитися фотографами, зрідка запозичуватися зі сторонніх інформаційних ресурсів по типу УНІАН. У фоторепортажах зустрічається від одного (історія одного фото) до більш ніж тридцяти знімків.

Також у репортажах зустрічаються як зовнішні, так і внутрішні гіперпосилання. Звуковий супровід відсутній.

Із вагомих переваг можемо відзначити те, що у матеріалах «Reporters» дотримуються принципи конфліктно-чутливої журналістики, в них відсутня так звана мова ворожнечі. Із недоліків зазначимо: наявність «джинси»: двоє матеріалів із розглянутих десяти розповідають аудиторії про фонд «Свої», який перебуває у скрутному фінансовому положенні.

ВИСНОВКИ

Під час нашого дослідження, аналізуючи різні наукові концепції як українських, так і зарубіжних науковців, ми визначили наступні особливості репортажів: фіксована миттевіть, коли інформування про подію співпадає з часом її перебігу; помірно емоційний виклад та залученість особистості репортера; виклад події у хронологічній або ж зворотній хронологічній послідовності; документальність як основу достовірності матеріалу.

Зазначимо вагому роль мовно-стилістичних засобів, таких як: дієслова теперішнього часу, називні конструкції та особові займенники. Адже саме вони, в умілому репортерському застосуванні, створюють для аудиторії той самий пресловутий ефект присутності.

Нас змусило неабияк замислитися наукове розмаїття щодо визначення жанру репортажу. Адже, хоча більшість вчених відносять його саме до інформаційного жанру, в сучасному журналістикознавстві посилюються тенденції до ототожнення його з аналітичним жанром. Не кажучи вже про те, що частина дослідників, зокрема М. Білодід, М. Слюсаренко, ставлять репортаж в одній ланці з нарисом, замальовкою та кореспонденцією.

А ось погляди зарубіжних вчених, в чому числі З. Вайшенберга та М. Вуароля, є більш традиційними щодо жанрового поділу. Вони відносять репортаж саме до інформаційного жанру, зазначаючи, що в ньому не може бути ані полеміки, ані коментарів.

Проаналізувавши наукові джерела, ми дійшли думки, що репортаж все ж таки належить до інформаційних жанрів. Особливо це стосується телевізійних репортажів, оскільки в кадрі репортер інформує про подію і елементарно немає часу аби її аналізувати.

Проте ми не можемо заперечити і той факт, що сучасні репортажі все більше таяжнюють до аналітичних складових. Але зустрічаються вони саме у текстових репортажах. В цьому ми повністю поділяємо думку науковця М. Галлера.

Стосовно класифікації видів репортажів у науковому колі також не існує спільної думки. Кожен вчений по-своєму формує її, в залежності від обраних типологічних ознак. Найбільш цікавим нам здався поділ репортажів на: гарячі, тепі та холодні, який пропонує французька школа журналістики. А найбільш практичним, поділ А. Яковець на: подієві, тематичні та постановчі.

Досліджуючи мультимедійні формати, ми виявили такі формати мультимедіа: статичні ілюстрації, фотострічки, фотогалереї, фоторепортажі, слайд-шоу, карикатури; аудіоілюстрації, аудіоверсії тексту, аудіосюжети; відеоілюстрації, відеосюжети, потокове відео з місця подій, відеоклонки, відеонариси, відео коментарі, подкасти.

Якщо розглядати це питання більш глибоко, то найбільш інноваційними та форматами мультимедіа в журналістиці вважаються: VR-відео, що створюють так звану віртуальну реальність; відео, яке зняте у форматі 360° і є сферичною зйомкою; а також доповнену реальність (AR). Також їх популярність серед широкої аудиторії частково зумовлена тим, що вони прийшли в журналістику з розважальної сфери.

Зауважимо, що єдиної класифікації форматів мультимедіа також не існує. На нашу думку, основою цих форматів є класичні фото-, відео- та аудіо-матеріали, що виступають у різних своїх варіаціях та поєднаннях. До речі, на українському мультимедійному ринку найбільш поширеними є саме візуальні формати мультимедіа, а саме: фото, фоторепортажі, фотострічки та відео. В той час як аудіовізуальні дещо поступаються їм у цьому. І це зумовлено не лише потребами аудиторії, а й складнощами, що виникають під час створення контенту: технічними чи фінансовими.

Наше дослідження не було б повним, якщо б ми не відстежили жанрову трансформацію репортажу і не визначили зміни, до яких вона призводить. Отже, під впливом мультимедійності, класичний репортаж набув сутнісно нових характеристик, таких як: гіпертекстуальність, яка може бути як внутрішньою так і зовнішньою; інтерактивність, що проявляється у

підтриманні зворотнього зв'язку з читачем; гібридність, котра виникає у результаті комбінованих, жанрово розмитих текстів тощо.

Зауважимо, що поняття мультимедійного репортажу може застосовуватися як до текстового репортажу, що доповнюється різноманітними мультимедійними форматами, так і до окремого відеорепортажу. Ключовим моментом є те, що інформування відбувається одразу у декількох доступних як для репортера, так і для аудиторії, форматах. При цьому домінантими залишаються візуальні.

В свою чергу вищерозглянуті трансформаційні зміни репортажу призводить до виникнення таких нових різновидів, як: блогівий репортаж, твіт-репортаж, репортажі із соціальних мереж та онлайн-репортажі.

Нам же залишається зробити акцент на тих змінах, до яких призвели трансформація репортажу та поява його нових форм. Вбачаємо їх у:

- посилення тенденції розважальності, яка прийшла у репортаж із популярних мультимедійних форматів;
- максимальна залученість репортера, яка передбачає не лише інформування, а й висвітлення авторської позиції, що характерно для громадянської журналістики;
- піднесення та розквіт громадянської журналістики, зумовлений технічними та інформаційними можливостями здійснювати повноцінну репортерську діяльність;
- швидка доступність тематичних матеріалів, що становлять інтерес для аудиторії, шляхом використання гіперпосилань;
- можливість вибору формату мультимедійного репортажу для споживача інформації.

Пояснимо більш детально останню тезу. Наприклад, людина може зупинитися лише на текстовому блоці мультимедійного репортажу, чи навпаки подивитися тільки відеоролик до нього. І в тому, і в іншому випадку вона буде повністю проінформованою стосовно певної події (за виключенням подробиць,

що не є ключовими). Вважаємо це доцільним для найбільш зайнятої аудиторії медіа, що не може приділяти достатньо часу на всебічне охоплення матеріалу.

Нарешті найбільш захопливою для нас стало саме практична частина дослідження, коли ми почали аналізувати український медійний простір на наявність у ньому мультимедійних репортажів. Загалом, мультимедійні репортажі вже не є чимось особливим для сучасних інтернет-видань. Вони зустрічаються майже всюди. Відмінність лиш у їх якості, як з точки зору дотримань журналістських стандартів, так і безпосередньо мультимедійного контенту, оскільки різні редакції мають різні технічні та комунікаційні можливості.

Для більш ретельного дослідження ми обрали репортажі таких видань, як «Zaxid.net» та «Reporters». Ми керувалися тим, що ці ЗМІ є помітними суб'єктами сучасного медіа простору, які застосовують власні методи, підходи та формати для залучення уваги аудиторії. Їх інформаційна продукція є оригінальною та конкурентоспроможною.

Зауважимо, що ці видання є абсолютно різними. Так «Zaxid.net» присутнє на українському медіа ринку вже тринадцять років, воно є фінансово стійким, оскільки має власника і входить до медіахолдингу ПрАТ «Телерадіокомпанія Люкс». Матеріали на цьому ресурсі оновлюються щоденно, те ж саме стосується і репортажів.

«Reporters» же є зовсім молодим виданням, вік його існування нараховує всього три роки. І хоча воно входить до медійної екосистеми The Ukrainians Media, його положення не можна назвати фінансово стійким. Його донорами виступають наступні організації: «Фонд розвитку ЗМІ» Посольства США, European Endowment for Democracy, Royal Norwegian Embassy in Kyiv. А також, частково, читатка «Спільнота», яка може купувати підписку з передбаченими бонусами за символічну суму. Видання повністю спеціалізується на репортажах, зокрема художніх. Тож не дивно, що вони з'являться з періодичністю і декілька днів, а то і тиждень.

Медійний продукт цих видань також є принципово різним. Так репортажі «Zaxid.net» орієнтований на більш широку аудиторію. Постійні читаті точно знають про все, що відбувається у Львові та його околицях: епідеміологічну ситуацію, культурні та соціальні заходи, проблеми благоустрою міста, появу цікавих особистостей, подій, форумів тощо.

Репортажі «Reporters» навпаки спрямовані на більш вузьку аудиторію. Цей контент буде незрозумілим для тих, хто звик зустрічатися у ЗМІ з мовою ворожнечі, стереотипами та гарячими сенсаціями. Матеріали «Reporters» – це інформування про особливості життя ЛГБТ-спільноти. Матеріали «Reporters» – це погляд на збройний конфлікт на Сході, позбавлений медійних ярликів та стереотипів.

Зрештою, ми б могли назвати медіапродукт цього видання є зразком якісною журналістики, до якої варто прагнути більшості інтернет-ЗМІ, що працюють не на якість контенту, а лише на кількість аудиторії, та переглядів. Якби не один недолік: в деяких репортажах ми виявили елементи джинси, що стосуються одного благодійного фонду. На нашу думку такий контент може бути спонсорованим, і відповідні цитати, які підтверджують це, зазначено нами у практичній частині дослідження.

В тім зазначимо, що аналізуючи репортажі, як «Zaxid.net», так «Reporters», ми не виявили суттєвих порушень журналістських стандартів чи журналістської етики. Окрім вищезазначеного моменту щодо ймовірної джинси.

Переходячи безпосередньо до форматів мультимедіа у репортажах цих видань, зазначимо, що у «Reporters» пріоритетними є: фото, фоторепортажі, а також аудіоподкасти. Останні ми не аналізували, оскільки вони з'явилися на платформі лише на весні цього року і ще не напрацьовані у достатній кількості.

Домінуючим форматом мультимедіа «Zaxid.net» є відео. Зрідка зустрічаються фото, що завжди подаються у вигляді фотострічок. Можливо, в інших інформаційних матеріалах цього видання і присутні поодинокі знімки, але саме в репортажах ми точно їх не визначили. Прикметно, що весь

відеоконтент є оригінальним, і це можна назвати головною перевагою платформи.

Кожне з цих видань маю зручну систему навігації та необтяжливий для зору дизайн. Ще б нам хотілося зупинитися більш детально на інтерактивності досліджуваних репортажів. Так на сайті «Reporters» відсутня можливість залишати коментарі під матеріалами. Але читачі можуть зробити це у соціальних мережах, де також поширюються матеріали, або ж навіть наживо, під час зустрічей читацької «Спільноти» з журналістами, що відбуваються у редакції.

На сайті «Zaxid.net» є можливість залишати коментарі під кожним матеріалом. Реєструватися для цього необов'язково, залишати відгуки можна зайшовши через той же Facebook, чим і користується більшість споживачів.

Якщо аналізувати популярність репортажів цих видань саме у площині соціальних мереж, то «Reporters» знайшли свою аудиторію в Instagram, а «Zaxid.net» у вищезгаданому Facebook.

Цікавим є момент з гіпертекстуальністю. У «Reporters» гіперпосилань менше (приблизно 2-3 на матеріал), всі вони переважно зовнішні і ведуть читача на офіційні сторінки соціальних фондів, організацій тощо. Або ж часто репортажі можуть взагалі не містити гіперпосилань. Протилежною є ситуація у «Zaxid.net»: гіперпосилань завжди багато, інколи їх кількість може доходити семи і навіть більше. Переважно вони є внутрішніми і знайомлять аудиторію з тематичними матеріалами, що виходили декілька місяців чи навіть років тому. Також часто ці матеріали є взаємопов'язаними. У подіях, про які інформується, наявний причинно-наслідковий зв'язок.

Узагальнюючи чинники формування мультимедійності у процесі творення контенту українськими ЗМІ, зазначимо, що вони викликані потребами аудиторії. Яка постійно прагне отримувати максимально цікавий, інтелектуально доступний та необтяжливий контент.

Загалом вплив мультимедійності на процес творення контенту українськими ЗМІ є позитивним, оскільки матеріали стають більш якісними. Тим паче ми не можемо оцінювати медійний контент лише з точки зору тексту, нехтуючи при цьому візуальною складовою. Варто зауважити, що особливо ціннісних видозмін зазнав відеоконтент, запозичивши технічні прийоми з розважальної сфери.

Проте варто пам'ятати, що мультимедійність покладає нові професійні обов'язки на всю команду, яка працює над створенням контенту: починаючи від журналістів і закінчуючи редактором. Це передбачає необхідність таких якостей для медіа працівників як витривалість, стресостійкість та багатофункціональність.

На останок зазначимо доцільність подальших досліджень у площині мультимедійного репортажу та його трансформаційних змін. По-перше, це зумовлено тим, що процес трансформації не закінчується. Він триває і триватиме до поки будуть розвиватися інформаційні та комп'ютерні технології.

По-друге, те ж саме стосується і форматів мультимедіа. Можливо, найближчим часом нові формати виникати і не будуть, адже це справа не така й швидка. Але однозначно з'являтимуться їх нові комбінації та поєднання, що у результаті розставлятимуть наново акценти у мультимедійних репортажах. І відстежувати їх, визначати та аналізувати для теоретичної бази журналістикознавства буде вкрай важливо, аби потім репортери могли цілеспрямовано застосовувати ці прийоми у практичній діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бастрон А. А., Жолудєва Е. В. Медіаконвергенція у ЗМІ: проблеми й перспективи їх рішення у журналістській освіті. *Історія та архіви*. 2016. №4. С. 133–142. URL: <http://surl.li/azjas> (дата звернення: 10.09.2021).
2. Бикова О. Комунікативні особливості вставлених конструкцій у мові сучасного пресового репортажу. *Стиль і текст*. 2013. Вип. 14. С. 113–122.
3. Бикова О. М. Тематично-видова типологія сучасного пресового репортажу. *Український інформаційний простір*, 2016. № 4. С. 94–102.
4. Білодід І. К., М. М. Пилипинський, К. В. Ленець, І. М. Колесник та інші. Мова сучасної масово-політичної інформації. Київ : Наукова думка. 1979. 215 с.
5. Бондаренко Ю. С. Українська газета «День» у контексті альтернативної преси Німеччини. *Держава та регіони*. Серія : Соціальні комунікації. 2016. № 1. С. 39–43.
6. Вайшенберг З., Кляйнштойнбер Г., Пьорксен Б. Журналістика та медіа: довідник. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси. 2011. 413 с.
7. Вайшенберг З. Новинна журналістика. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси. 2004. 260 с.
8. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія. Київ : Вид-во Інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2006. С. 236.
9. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1038> (дата звернення: 10.09.2021).
10. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. Київ, 2001. 25 с.
11. Виговська Н. Мультимедійність та конвергентність як фактори

трансформації регіональних медіа : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунік. Запоріжжя, 2015. 20 с

12. Вуароль М. Гід газетяра: пер. із франц. Київ, 2003. 64 с.
13. Газетные жанры: сборник / ред. коллегия: В. И. Власов и др. 2-е изд., перераб. Москва : Политиздат, 1976. 176 с.
14. Галлер М. Репортаж : навч. посібник / за загал. ред. В. Іванова. Київ : Академія Української преси, Центр Вільної Преси, 2011. 348 с.
15. Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. Харків : Прапор, 2009. 384 с.
16. Гід журналіста : зб. навч. матеріалів, складена за фр. методикою вдосконалення працівників ЗМІ / Центр підготовки й вдосконалення журналістів, Інститут масової інформації ; адапт. та упоряд. А. Лазарева ; ред. С. Таран. Київ, 1999. 96 с
17. Городенко Л. М. Типологія Інтернет-видань. Друкарство. 2004. № 5. С. 25–28.
18. Горшкова М. С., Юферєва А. С. Мультимедійні лонгриди как формат в інтернет-журналістиці: аналіз специфічних особливостей. / Знак: Проблемне поле медіаосвіти. 2018 ; 1(27) : С. 105–110. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32633839> (дата звернення: 10.09.2021).
19. Градюшко А. А. Жанрово-стилистические особенности новостной веб-журналистики. Веснік Мазырскага дзяржаўнага педагагічнага ўніверсітэта імя І. П. Шамякіна. 2014. № 3(44). С. 114–118.
20. Градюшко А. Современная веб-журналистика Беларуси. Минск : БГУ, 2013. 180 с.
21. Гридчина В. Гендерна інтерпретація образів журналу «Країна». Образ. 2016. Вип. 2. С. 74–80.
22. Гриценко О. Основи теорії міжнародної журналістики. Київ. : ВПЦ «Київ . ун-т», 2002. 304 с.
23. Денисенко В. Майбутнє ЗМІ – за мультимедійністю: Чому газетам не треба боятися інтернету / День. 2005. 20 квітня. (№70). С. 8.

24. Доценко К. О. Специфіка жанрової палітри реклами брендів у пресі (на прикладі журналу «Корреспондент»). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 53. С. 64-67.
25. Дускаева Л. Р. Принципы типологии газетных речевых жанров / Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – 2-е изд., испр. Москва : Флинта : Наука, 2007. С. 115 – 143.
26. Дьячкова Д. В., Куцевська О. С. Сучасні жанри інтернет-журналістики. Мас-медіа України на зламі епох: реалії та перспективи розвитку. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції* (20–21 березня 2018 року, м. Старобільськ). Старобільськ, ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка». 2018 С. 144–153.
27. Євграфова А. Концептуальне полу журналістської терміносистеми в медійному контексті. *Образ*. 2015. Вип. 1 (16).С. 9–14.
28. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики*: зб. наук.пр. 2012. Т. 49. С. 142–146.
29. *Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные* / под ред. А. Качкаевой. Москва, 2010. 200 с.
30. Журналістика: словник-довідник / авт.-уклад. І. Михайлин. Київ: Академвидав, 2013. 37 с.
31. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16.11.1992 №2782–ХІІ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text> (дата звернення: 10.09.2021).
32. Захарченко А. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Тернопіль : «Крок». 2014. 198 с.
33. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. – 2-ге вид., перероб. і доповн. Львів : ПАІС, 2014. – 268 с.
34. Зінов'єв І. В. Можливості мультимедійної журналістики на

сучасному етапі розвитку російських масмедіа. «Знак: проблемне поле медіаосвіти», 2012. № 1(9). С. 82–85 URL: <http://surl.li/azjda> (дата звернення: 10.09.2021).

35. Іванець Д. Інтернет витісняє ЗМІ з ринку інформації / Київський міжнародний інститут соціології. URL: <http://surl.li/azjde> (дата звернення: 10.09.2021).

36. Іванов В., О. Мелешенко. Комп'ютер для журналіста. Київ: ЦВП, 1998. 270 с.

37. Іванов В. Ф. Комп'ютерні мас-медіа на межі століть. *Актуальні питання масової комунікації*. Київ, 2002. Вип. 3, ч. 1. С. 41–43.

38. Іванов В., О. Мелешенко. Комп'ютерні технології в засобах масової комунікації: сучасне та майбутнє. Київ: РВЦ «Київський університет», 1997. 173 с.

39. Іващук А. А. Аналітичний елемент як органічний складник сучасного репортажу. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 54. С. 163–168.

40. Інтернет в роботі журналіста / Упор. І. Шелученко. Київ : ІМІ, 2004. 71 с.

41. Каверіна А. С. Ключові тенденції в українському медіапросторі. *Молодий вчений: Науковий журнал*. 2015. № 10 (25). С. 200–204.

42. Калмыков А. А., Л. А. Коханова Інтернет-журналістика. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – URL: <http://www.evartist.narod.ru/text16/022.htm> (дата звернення: 10.09.2021)

43. Кашуба Г. Українські інтернет-видання: комунікативно-лінгвістичні та правові аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. Львів, 2004. Вип. 25. С.474–480.

44. Кендльбахер Р., Демченко С. Нові моделі редакційної організації // Підручник з крос-медіа / видавці: Іоанна Нарчіса Крецу, Міхаіл Гузун, Любов Василик ; перекл. Ана Лехінтан та ін. Sibiu : Schiller Publishing House, 2015. С. 20.

45. Ким М. Н. Репортаж: технология жанра. СПб. : Издательство Михайлова В. А., 2002. 225 с.
46. Ковпашко И. Журналистика социальных медиа от Мохаммеда Аббаса и Мэтта Уолша. *Mediasapiens*: веб-сайт. URL: <https://ms.detector.media/how-to/post/2438/2013-11-09-zhurnalystyka> (дата звернення: 10.09. 2021).
47. Колосовська І. Журналістика віртуальної реальності: як запровадити в Україні? *Медіакритика*: веб-сайт. URL: <http://surl.li/azjdy> (дата звернення: 10.09. 2021).
48. Контент-менеджер. Википедія. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 10.09. 2021).
49. Контент. Глосарій. URL: <http://surl.li/azjea> (дата звернення: 10.09. 2021).
50. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. Випуск 44. С. 246–253.
51. Лыткина Л. В. История протожурналистики древних цивилизаций. Часть 2. Типы коммуникаций эллинистических государств и Древнего Рима. // *Управленческое консультирование*. 2016; (7): С. 175–185. URL: <http://surl.li/azjef> (дата звернення: 10.09. 2021).
52. Мультимедійна журналістика: підручник для вузів / под заг. ред. А. Г. Качкаєвої, С. А. Шомової // Нац. досл. ун-т «Вища школа економіки». – Москва: Вид. дом Вищої школи економіки, 2017. URL: <http://surl.li/azjes> (дата звернення: 10.09. 2021).
53. Нестеренко О. Жанрова природа мультимедійних історій. *Наукові записки*. 2016. №2 (53). С. 346–355
54. Нишпорська Д. Що треба знати про художній репортаж – розбираємо на прикладі Reporters. *The Lede*: веб-сайт. URL: <https://www.thelede.media/lifehacks/2020/01/27/775> (дата звернення: 10.09. 2021).
55. Основні жанри інтернет-журналістики. Stud.com.ua. URL:

<http://surl.li/azjev> (дата звернення: 10.09.2021).

56. Павлів В. Репортаж: між фактами та емоціями : практичний посібник для журналістів. Львів: Видавництво УКУ, 2015. С. 110–120.

57. Пак Е. Жанрообразование в сетевых СМИ: творческие и технологические факторы: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Е. М. Пак; Санкт-Петербургский гос. ун-т. Санкт-Петербург, 2014. 22 с.

58. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб.. Львів : ПАІС, 2010. С. 42–44.

59. Прімбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co / За загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ: АУП, Центр вільної преси, 2018. 198с.

60. Прокопенко І. Репортаж в газеті. Київ : ВПЦ «Київ . ун-т», 1959. 157 с.

61. Прутцков. Г. В. Історія зарубіжної журналістики (1945-2008) Хрестоматія. 2012. С. 22.

62. Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За заг. ред. Ф. В. Іванова. Київ. : Академія Укр. Преси, Центр Вільної Преси, 2007. 780 с

63. Репортаж & крапка. 25 порад і трохи більше історій для тих, хто планує або вже пише художні репортажі. *Reporters*: веб-сайт. URL: <http://posibnyk.reporters.media> (дата звернення: 10.09.2021).

64. Сабитов Д. Как написать репортаж? URL: <http://sabitov.kz/2013/05/01/kak-napisat-reportazh> (дата звернення: 10.09.2021).

65. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю. Бідзілі. Ужгород: ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. 224 с.

66. Слюсаренко М. І. Жанрово-комунікаційні особливості памфлетів Миколи Хвильового доби «Камо грядеши» : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій:27. 00. 04. – Київ. 2015. 186 с.

67. Современная газетная публицистика: Проблемы стиля / отв. ред. д-р филол.наук И. П. Лысакова, д-р филол. наук проф. К. А. Рогова. – Ленинград:

Издво Лен. ун-та, 1987. 120 с.

68. Солганик Г. Я. Стил ь репортажа. Москва, 1970. 76 с.
69. Сомова Е. Твитт-репортаж на сайтах радиостанций информационного формата. Новое в массовой коммуникации. 2013. № 03-04 (114-115). Воронеж : Факультет журналистики Воронежского государственного университета. С. 20–23.
70. Стрельцов Б. В. Основы публицистики: Жанры. Минск, 1990. 240 с
71. Табінський Я. Фотографія у системі нових медіа. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. Випуск 37. С. 226–333.
72. Тарасюк В. Специфіка репортажу в українській інтернет-журналістиці (за матеріалами сайту «ЛітАкцент»). Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2011. Випуск 26. С. 245–251.
73. Тертичний, О. О. Жанри періодичної преси: навчальний посібник. Москва : Аспект Пресс, 2000. 312 с.
74. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. жанри в інтернеті : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. С. 128–130.
75. Универсальная журналистика : учеб. для вузов / под ред. Л. П. Шестёркиной. Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2016. 480 с.
76. Хелемендик В. К вопросу о понятиях “Взаимодействие СМИ” и “Конвергенция СМИ”. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2230> (дата обращения: 10.09.2021).
77. Хітрова Т. Тенденції трансформації класичних жанрових моделей (на прикладі «Репортажних текстових форм») // *Журналістика : наук. зб.* Київ : Інститут журналістики КНУ, 2010. Вип. 9 (34). С. 89–95
78. Хіренко О. О. Інформаційні жанри друкованих ЗМК як складова комунікаційного процесу. Держава та регіони : Науково-виробничий журнал. Серія : Соціальні комунікації. Запоріжжя : КПУ, 2015. № 2 (22). С. 37–42.
79. Цимбаленко Є., Соколова К. Трансформація журналістських жанрів

- (на прикладі інтернет-медіа). Інформаційне суспільство. 2013. Вип. 13. С. 80-83.
80. Чабаненко М. Напрями трансформації репортажу в онлайнній журналістиці. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2019. Випуск 46. С. 310–317.
81. Чабаненко М. Що відомо і що невідомо про перші українські сайти / М. Чабаненко. URL: <https://bit.ly/3Is8s5M> (дата звернення: 10.09.2021).
82. Шевченко В. Мультимедійний контент: навч. посіб.. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.
83. Шостак М. И. Репортер: профессионализм и этика (Практическая журналистика). М. : Изд.РИП Холдинг, 2003. 165с.
84. Яблонський М. Репортаж Петра Волиняка «Кубань – земля українська, козака...»: жанрові та художньо-публіцистичні особливості // Діалог: Медіастудії: Збірник наукових праць / ред. кол.: відп. ред. Александров О. В. [та ін.]. Одеса: Астропринт, 2015. Вип. 20. С. 116 – 127
85. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика / Підручник. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. С. 55
86. David Brewer. Media strategy / Mode of access. URL: <http://surl.li/azjge> (Last accessed: 10.09.2021)
87. Deuze, Mark. What is Multimedia Journalism // *Journalism Studies*. 2004. Vol. 5.Number 2. P. 141. DOI: 10.1177/1354856507087945.
88. *Convergent Journalism an Introduction : Writing and Producing Across Media* / Stephen Quinn, Vincent F. Filak, editors. Burlington : Focal Press is an imprint of Elsevier, 2005. 228 p.
89. Schantin, Dietmar. Multimedia newsroom: digital strategies. URL: <http://surl.li/azjgn> (Last accessed: 10.09.2021). Published: 30.11.2009.

ДОДАТОК А

РЕПОРТАЖІ «ZAXID.NET» У ХРОНОЛОГІЧНІЙ ПОСЛІДОВНОСТІ

(З СІЧНЯ 2021 РОКУ ПО ЛИСТОПАД 2021 РОКУ)

1. «Славське втрачає туристів через жорсткий карантин» М. Крижанівська (11 січня 2021 року).
2. «Біля львівського Парку культури відкрили дог-парк» Б. Опока (13 січня 2021 року).
3. «Дев'ятьох затриманих у Львові нелегалів повернули до Іраку» З. Казмірук (14 січня 2021 року).
4. «Знайденого у горах Румунії 25-річного львів'янина рятують від обмороження» І. Панчишин (18 січня 2021 року).
5. «У Львові святкування Водохреща відбулося без загальноміського водосвята» З. Казмірук (19 січня 2021 року).
6. «Станція очистки фільтрату у Грибовичах запроцьовула на повну потужність» Б. Опока (20 січня 2021 року).
7. «Львівський 150-річний дуб отримає статус ботанічної пам'ятки» Ю. Девда (21 січня 2021 року).
8. «За час локдауну львівські медики відзначили зменшення звернень хворих на Covid-19» З. Казмірук (22 січня 2021 року).
9. «Лютий та березень старнуть місяцями випробувань» З. Казмірук (22 січня 2021 року).
10. «Львівський благодійний фонд «Рідні» відстоює підтримку реформи інтернатів» З. Казмірук (25 січня 2021 року).
11. «БФ «Крила надії» збирає гроші на спеціальне харчування для дітей» Ю. Девда (26 січня 2021 року).
12. «Суд забрав в інвестора ділянку під будівництво у Львові конгрес-центру» З. Казмірук (27 січня 2021 року).
13. «Для львівських шкіл придбали мобільну лабораторію з математики» І. Панчишин (27 січня 2021 року).
14. «У багатоповерхівці на проспекті Чорновола у Львові відкрили сімейну амбулаторію» Ю. Девда (28 січня 2021 року).
15. «У Парку культури відкрили копію вежі Донецького аеропорту» Б. Опока (30 січня 2021 року).
16. «У Львові розпочалися зйомки серіалу «Кава з кардамоном» Б. Опока (30 січня 2021 року).
17. «Доріжки Львівського парку вперше посипали кавовою гушею» О. Іващук (1 лютого 2021 року).
18. «У Львові шукають приміщення для другої хвилі вакцинації від Covid-19» З. Казмірук (1 лютого 2021 року).
19. «Оновлену експозицію з шедеврами європейських художників відкрили у Львівській галереї мистецтв» М. Крижанівська (з лютого 2021 року).
20. ««На Мартиновича» Яким львів'яни запам'ятають поліцейський відділок» Б. Опока (3 лютого 2021 року).
21. «Понад 150 працівників міськради розчищали лопатами центр Львова» Ю. Девда (8 лютого 2021 року).
22. «Львівська студентка рік волонтерила в найбільшому районі Гондурасу» З. Губарь (9 лютого 2021 року).

23. «Через прорив водогону центр Львова залишився без водопостачання» К. Родак, Ю. Девда (10 лютого 2021 року).
24. «Білоруси провели «Марафон солідарності» у Львові» Б. Опока (10 лютого 2021 року).
25. «29-річний священик проміняв Париж на віддалене село Львівщини і відроджує його» З. Губарь (10 лютого 2021 року).
26. «Львів'яни допомагають комунальникам розчищати місто від снігу» Б. Опока (11 лютого 2021 року).
27. «Львів'янин Андрій Левицький допомагає колишнім узалежненим роботою у соціальній майстерні» З. Губарь (11 лютого 2021 року).
28. «87-річна львівська двірничка вправно господарює під час снігопаду» О. Іващук (12 лютого 2021 року).
29. «Волонтери – це супергерої, які живуть так, щоб принести ще комусь користь» З. Губарь (12 лютого 2021 року).
30. «Трансплантацію кісткового мозку дітям планують розпочати у Львові у 2021 році» І. Папірник, О. Іващук (15 лютого 2021 року).
31. «Львівські комунальники почали збивати бурульки та сніг з будинків» Б. Опока (15 лютого 2021 року).
32. «Львівські екоактивісти виготовлятимуть м'які меблі з пінопласту» І. Панчишин (16 лютого 2021 року).
33. «Через снігопади евакуатори у Львові працюють цілодобово» О. Іващук (16 лютого 2021 року).
34. «Для порятунку 5-місячного Олексійка терміново слід зібрати 155 тис. євро» О. Баландюх (16 лютого 2021 року).
35. «За тиждень львівські трамваї простояли 72 години через порушників паркування» З. Казмірук (18 лютого 2021 року).
36. «Львівські школярі розвісили паперових ангелів на Меморіалі Небесної Сотні» І. Панчишин (19 лютого 2021 року).
37. «Біля Львівської міськради протестували водії, яким анулювали перепустки в центр міста» І. Панчишин (22 лютого 2021 року).
38. «У Яворівському природному парку розводять нащадків рідкісних коней-тарпанів» О. Іващук (22 лютого 2021 року).
39. «У 8-ій лікарні Львова облаштовують ангиографічну операційну, кабінети КТ і МРТ». З. Казмірук (22 лютого 2021 року).
40. «На площі Ринок у Львові відбулася акція на підтримку Сергія Стерненка» О. Гринько, Ю. Девда. (23 лютого 2021 року).
41. «У 8-ій лікарні розпочали вакцинацію медиків від Covid-19» О. Іващук (26 лютого 2021 року).
42. «У Львові під час Forum West розповіли як компаніям ставати конкурентними» З. Казмірук (26 лютого 2021 року).
43. «Мешканці проти будівництва нового житлового комплексу біля стадіону «Україна»» І. Панчишин (1 березня 2021 року).
44. «Рятувальники Львівщини отримали три автомобілі першої допомоги» З. Казмірук (4 березня 2021 року).
45. «Львів'ян закликають зібрати кошти для озеленення міста» О. Шиян, О. Іващук (4 березня 2021 року).
46. «Музей Соломії Крушельницької зможе розширитися завдяки квартирі, яку у власників придбає місто» М. Крижанівська (4 березня 2021 року).
47. «Львівські медики розповіли про ситуації з коронавірусом у лікарнях міста» Ю. Девда (5 березня 2021 року).
48. «Власники собак у Львові показали як прибирають за своїми улюбленцями» І. Панчишин (6 березня 2021 року).

49. «Протестувальники завадили депутатам ЛМР оглянути ділянку сміттєпереробного заводу» Б. Опока (9 березня 2021 року).
50. «У Львівському історичному музеї створять віртуальну екскурсію і 3D моделі експонатів» М. Крижанівська (9 березня 2021 року).
51. «В архівах львівського Першого театру віднайшли раритетний радянський орден» О. Іващук (10 березня 2021 року).
52. «У Львові організували зустріч людей, життя яких врятували завдяки трансплантації» З. Казмірук (12 березня 2021 року).
53. «Піврічного Олексійка не можуть відправити на лікування через брак коштів» З. Губарь (15 березня 2021 року).
54. «У Львові стрімко зростає захворюваність на Covid-19 серед шкільних вчителів» О. Іващук (15 березня 2021 року).
55. «Для постраждалих у пожежі батька з сином збирають кров та гроші» Ю. Девда (16 березня 2021 року).
56. «Благодійний фонд «Крила надії» збирає гроші на кисневі концентратори» З. Казмірук (19 березня 2021 року).
57. «Медики та мешканці влаштували протест біля поліклініки на Мазепи та перекрили дорогу» О. Іващук, З. Казмірук (23 березня 2021 року).
58. «За гроші благодійників фонд «Крила надії» закупив 13 кисневих концентраторів» Ю. Девда (23 березня 2021 року).
59. «Мешканці Чишок виступили проти забудови території біля сільських ставків» Ю. Девда (24 березня 2021 року).
60. «Львівські поліцейські оштрафували 8 порушників карантину у маршрутках» Ю. Девда (25 березня 2021 року).
61. «У Лікарні швидкої допомоги розгорнули додаткових 150 ліжок для хворих на Covid-19» О. Іващук (26 березня 2021 року).
62. «У львівській дитячій лікарні робитимуть безкоштовні трансплантації» З. Казмірук (26 березня 2021 року).
63. «Львів інвестує кошти в будівництво нового корпусу школи № 41 у Брюховичах» Ю. Девда (26 березня 2021 року).
64. «Після ковіду у дітей львівські медики виявляють цукровий діабет» З. Казмірук (30 березня 2021 року).
65. «Через некоректний розрахунок держсубвенції вчителі Львівщини можуть отримати нижчі зарплати» Ю. Девда (30 березня 2021 року).
66. «Вулиці Львова чистять порохотягами та поливальними машинами» О. Шиян (1 квітня 2021 року).
67. «У львівських дитсадках на час локдауну об'єднуюватимуть малочислельні групи» О. Іващук (1 квітня 2021 року).
68. «У львівській лікарні швидкої допомоги відкрили 10 нових операційних» Ю. Девда (1 квітня 2021 року).
69. «У львівських трамваях встановили перші валідатори е-квитка» В. Ейсмунт, Б. Опока (5 квітня 2021 року).
70. «За 2 роки у Львові закінчаться місця для поховання» О. Іващук, І. Панчишин (5 квітня 2021 року).
71. «На Львівщині почали штрафувати паліїв трави» З. Казмірук (5 квітня 2021 року).
72. «У 8-й лікарні Львова відкрили додаткове ковідне відділення» З. Губарь (6 квітня 2021 року).
73. «Львівську депутатку оштрафували за безквитковий проїзд у тролейбусі» К. Родак (7 квітня 2021 року).
74. «Львівські діячі культури розповіли про перевибори в УКФ» З. Губарь, Ю. Девда (7 квітня 2021 року).

75. «14 закладів у Львові пропонують знижки на напої у тару відвідувачів» І. Панчишин (7 квітня 2021 року).
76. «Зі Львова збільшують кількість авіарейсів на літо: куди можна летіти по безвізу» О. Іващук (9 квітня 2021 року).
77. «Мешканці будинку львівського забудовника «Ірокс» на добу залишились без електрики» І. Панчишин (9 квітня 2021 року).
78. «Священик ПЦУ заперечив намір знести дерев'яну церкву в Рудному» А. Журба (12 квітня 2021 року).
79. «Після повернення з Америки львів'янин збудував власне ранчо» З. Губарь (13 квітня 2021 року).
80. «Саду біля дому Франка люди повертають вигляд минуло століття» Ю. Девда (13 квітня 2021 року).
81. «Кондитер з Іспанії став священником у Новому Роздолі» З. Губарь (14 квітня 2021 року).
82. «У Львові стартував рестраваційний сезон» І. Панчишин (14 квітня 2021 року).
83. «У Львові почали вакцинувати комунальників» Б. Опока (15 квітня 2021 року).
84. «27-річний Станіслав Клосовський збирає історію та відроджує своє село на Львівщині» З. Губарь (15 квітня 2021 року).
85. «У громадах Львівщини почали працювати перші «шерифи»» З. Казмірук (16 квітня 2021 року).
86. «Священик із Золочева навчає людей з інвалідністю сироварінню та роботі на фермі» З. Губарь (16 квітня 2021 року).
87. «Львів долучився до міжнародної акції з висадки дерев» Б. Опока (17 квітня 2021 року).
88. «У Львові відновили роботу літні тераси та непродовольчі ринки» Б. Опока (19 квітня 2021 року).
89. «У Львові вперше в Україні з аукціону продали компост» З. Губарь (20 квітня 2021 року).
90. «Комісія зафіксувала збільшення карстового провалля у селі на Львівщині» Б. Опока (20 квітня 2021 року).
91. «У Львові від коронавірусу вакцинували понад чотири тисячі освітян» З. Казмірук (20 квітня 2021 року).
92. «У Львові почали демонтаж барельєфів Монумента слави» Б. Опока (21 квітня 2021 року).
93. «У Львові запрацювала інтерактивна карта моніторингу якості повітря» О. Шиян, Ю. Девда (21 квітня 2021 року).
94. «Центр трансплантації кісткового мозку отримав сепаратор кров за 1,7 млн. гривень» О. Баландюх, З. Казмірук (22 квітня 2021 року).
95. «Комісія оглянула ремонт вулиці Бандери після зауважень громадських активістів» З. Казмірук (27 квітня 2021 року).
96. «Трьом позбавленим батьківської опіки дітям та багатодітній сім'ї у Львові купили квартири» О. Шиян, Ю. Девда (28 квітня 2021 року).
97. «У Львові встановлять пам'ятник Францу Ксаверу Моцарту»
98. «До Львова прилетів перший рейс Lufthansa із Франкфурта» Ю. Девда (30 квітня 2021 року).
99. «Благодійний фонд «Крила надії» збирає гроші на спецхарчування дітям» І. Панчишин (30 квітня 2021 року).
100. «У Львові відкрився музей модернізму» К. Сліпченко (5 травня 2021 року).
101. «На Львівщині перевіряють усі аварійні мости» О. Іващук (5 травня 2021 року).
102. «Meest пожертвує 300 тис. доларів на обладнання для львівських лікарень» Ю. Девда (5 травня 2021 року).

103. «У Львові з'явилася вулиця Захисників України» З. Казмірук (5 травня 2021 року).
104. «Радіо Люкс ФМ влаштувало у великодні свята перші в історії Zoom-гаївки» Ю. Девда (5 травня 2021 року).
105. «З наступного тижня львів'янам вводитимуть другу дозу вакцини Pfizer» Ю. Девда (7 травня 2021 року).
106. «Жінки з Львівського геріатричного пансіонату в'яжуть шкарпетки на продаж» З. Казмірук (7 травня 2021 року).
107. «Мешканці Дублян безперервно отримуватимуть чисту воду» Б. Опока (7 травня 2021 року).
108. «Пожежу у львівській багатоповерхівці міг спричинити вибух електровелосипеда» Б. Опока (11 травня 2021 року).
109. «Львівські лікарні реорганізують у три медичні об'єднання» О. Гринько, Ю. Девда (11 травня 2021 року).
110. «Медики дитячої лікарні на Орлика розповіли про стан підкинутого хлопчика» З. Губарь (11 травня 2021 року).
111. «На Leopold Jazz Fest пропускатимуть лише глядачів із негативним Covid-тестом» Ю. Девда (12 травня 2021 року).
112. «У Львові за два дні вакцинували понад півтисячі айтишників» З. Губарь (12 травня 2021 року).
113. «Для 5-ї міської лікарні Львова придбали обладнання на 25 млн. гривень» З. Губарь (13 травня 2021 року).
114. «Львів'яни сперечаються про пам'ятник Францу Ксаверу Моцарту» О. Іващук (13 травня 2021 року).
115. «Банкіри, підприємці та політики обговорили розвиток бізнесу на Весняному діловому форумі» О. Іващук (14 травня 2021 року).
116. «ЄС та ВООЗ придбали для лабораторного центру у Львові обладнання на майже 200 тис. доларів» С. Трощук (14 травня 2021 року).
117. «Медики лікарні швидкої допомоги Львова закликають не звільняти міністра Степанова» О. Іващук (17 травня 2021 року).
118. «Вулицю Богдана Хмельницького повністю відкриють для проїзду вже в кінці літа» З. Губарь (17 травня 2021 року).
119. «У Львові вшанують пам'ять депортованих радянською владою кримських татар» З. Казмірук (18 травня 2021 року).
120. «У День музеїв львів'яни стрибали у резинки та садили квіти» Ю. Девда (18 травня 2021 року).
121. «Реконструкцію трамвайного депо у Львові виконали вже на 80%» О. Іващук (19 травня 2021 року).
122. «Кілограм полуниці на львівських ринках коштує від 80 грн» Ю. Девда (19 травня 2021 року).
123. «Закритий останні 30 років Свірзький відкрили для екскурсій» З. Губарь (20 травня 2021 року).
124. «У Львові водії маршруток, офіціанти та депутати прийшли на роботу у вишиванках» З. Казмірук (20 травня 2021 року).
125. «Шістьом львівським поліцейським оголосять вирок у справі смерті 22-річного юнака» Ю. Девда (24 травня 2021 року).
126. «Львівський аеропорт назвав суму збитків через скасування рейсів до Білорусі» Ю. Девда (25 травня 2021 року).
127. «Суд втретє відмовився штрафувати львівського ковід-дисидента Остапа Стахіва» Б. Опока (26 травня 2021 року).
128. «У Львівському центрі соціальної підтримки дітей та сімей перебуває 12 вихованців» З. Губарь (26 травня 2021 року).

129. «Львівський БФ «Рідні» та фото графиня Марка Сирко презентували проект «Побач мене»» Ю. Девда (27 травня 2021 року).
130. «Мешканці Львова готують акцію на підтримку синівських підприємців» Б. Опока (27 травня 2021 року).
131. «На Грибовицькому сміттєзвалищі триває технічна рекультивація» З. Казмірук (27 травня 2021 року).
132. «У Львові відкрили новий осередок для людей з інвалідністю» З. Губарь (31 травня 2021 року).
133. «Літнім львів'янкам влаштували фотосесію до флешмобу» З. Казмірук (31 травня 2021 року).
134. «Стартує новий сезон всеукраїнського проекту про усиновлення «Рідні»» І. Папірник (31 травня 2021 року).
135. «У львівській Клініці психічного здоров'я проводять заняття для дітей з аутизмом» З. Казмірук (1 червня 2021 року).
136. «Львівські патрульні оштрафували за день 50 пішоходів-порушників ПДР» О. Іващук (2 червня 2021 року).
137. «На Львівщині почали сканування та створення 3D-моделей 16 палаців і церков» М. Крижанівська (3 червня 2021 року).
138. «Благодійники збирають іграшки для онкохворих дітей у львівській лікарні» О. Іващук (4 червня 2021 року).
139. «Садовий заявив, що Козловський вклав 20 млн. грн. у соціальну інфраструктуру Львова» З. Губарь (4 червня 2021 року).
140. «Як виглядає урбан-сад у львівському парку «Залізна вода»» С. Трошук (5 червня 2021 року).
141. «Міські садівники Львова розповіли про свою роботу» З. Губарь (9 червня 2021 року).
142. «З метану на Грибовицькому полігоні вироблятимуть електроенергію» Б. Опока (9 червня 2021 року).
143. «У львівській Домівці врятованих тварин виходжують лисенят, яких скривдили люди» З. Казмірук (10 червня 2021 року).
144. «Учасники форуму самоврядування пропонують залишити 50 % адмінштрафів у бюджеті міста» О. Іващук (11 червня 2021 року).
145. «SoftServe облаштує офісний кампус на місці в'язниці у Львові» К. Родак (11 червня 2021 року).
146. «Невідомі знищили озеленення на стіні з дірами у Львові» К. Родак (11 червня 2021 року).
147. «Сихів з'єднають із центром Львова велопішохідною доріжкою» З. Губарь (14 червня 2021 року).
148. «Львівський центр служби крові щоденно потребує до 70 донорів» З. Казмірук (14 червня 2021 року).
149. «На Львівщині майбутні собаки-прикордонники склали іспит» З. Казмірук (15 червня 2021 року).
150. «На повітряних кулях в окупований Крим відправлять прапор із побажаннями кримським татарам» Б. Опока (16 червня 2021 року).
151. «У дворику львівського мистецького центру облаштували зелені островці» З. Губарь (16 червня 2021 року).
152. «Львів'янин облаштував у внутрішньому дворіку будинку фонтан з рибками та клумби» Ю. Девда (17 червня 2021 року).
153. «Сім'я Василя Петрика внесла заставу у 567 тис. грн.» О. Шиян (17 червня 2021 року).
154. «Для однорічної львів'янки Вікторії до кінця року треба назбирати 65 млн. грн.» З. Губарь (18 червня 2021 року).

155. «У центрі Львова відкрили фермерський ярмарок» О. Іващук (19 червня 2021 року).
156. «На Leopold Jazz Fest виступають музиканти з 18 країн світу» С. Трощук (27 червня 2021 року).
157. «На Личаківському цвинтарі ліквідують наслідки негоди» З. Губарь (29 червня 2021 року).
158. «За п'ять днів на Leopold Jazz Fest виступило 200 виконавців з 18 країн світу» С. Трощук (29 червня 2021 року).
159. «Власницю історичної вілли у Львові звинувачують у свідомому руйнуванні» Б. Опока (29 червня 2021 року).
160. «У Львові презентували бізнес-центр класу А, площею майже 19 тис. м²» С. Т. (30 червня 2021 року).
161. «У Львові відкрили мистецький простір «РадіоГараж» З. Губарь (30 червня 2021 року).
162. «400-бальники ЗНО зі Львова розповіли про підготовку до тестів» Ю. Девда (30 червня 2021 року).
163. «Біля Ратуші презентували виставку «Торба» зі світлинами львів'ян та їхніми пакетами» Ю. Девда (1 липня 2021 року).
164. «У заповіднику «Давній Пліснеськ» будують слов'янську хижу Х ст.» М. Крижанівська, О. Гринько (1 липня 2021 року).
165. «У Рясному запрацювала сучасна «Бібліотека сад» О. Іващук (1 липня 2021 року).
166. «Львівські комунальники ліквідують наслідки негоди» З. Губарь (1 липня 2021 року).
167. «Львів потерпає від підтоплень та аномальну спеку через кліматичні зміни» З. Казмірук (1 липня 2021 року).
168. «Андрій Садовий виступив проти забудови на території ЛАЗу» К. Чурилова (5 липня 2021 року).
169. «Суд відсторонив Василя Петрика від посади начальника управління ЛОДА» Н. Шутка (6 липня 2021 року).
170. «Сімнадцятьох гостей ресторану в Куликові госпіталізували з отруєнням» О. Гринько, О. Баландюх (7 липня 2021 року).
171. «На вул. Франка у Львові відкрили майданчик із дитячою та спортивною зонами» Ю. Девда (7 липня 2021 року).
172. «У ведмежому притулку «Домажир» оселилися четверо маленьких ведмежат» З. Казмірук (8 липня 2021 року).
173. «У Львові відбулися всеукраїнські шосейні змагання радіокерованих автомоделей» Ю. Девда (11 липня 2021 року).
174. «Львівські пенсіонери та ветерани МВС вирушили до Києва на всеукраїнську акцію протесту» З. Казмірук (13 липня 2021 року).
175. «На Львівщину доставили спецхарчування для дітей зі спадковими хворобами» Ю. Девда (14 липня 2021 року).
176. «Валідатори для е-квитка встановили вже у 185 автобусах, тролейбусах і трамваях Львова» О. Іващук (15 липня 2021 року).
177. «Рятувальники перевіряють небезпечні водойми та пляжі на Львівщині» З. Губарь (15 липня 2021 року).
178. «Мешканці Миколаєва взялися захищати фортецю часів Першої світової війни» Б. Опока (15 липня 2021 року).
179. «Троє українців на протезах зійшли на одну з найвищих вершин Кавказу» О. Іващук (19 липня 2021 року).
180. «Обвал будинку у центрі Львова» О. Шиян, Б. Опока (19 липня 2021 року).
181. «Почесне консульство Індонезії у Львові очолив відомий ресторатор Андрій Іонов» Ю. Девда (22 липня 2021 року).

182. «Штрафи за засмічення заказника у Білогорщі планують збільшити у сто разів» З. Губарь (22 липня 2021 року).
183. «На місці Монумента слави у Львові можуть облаштувати станцію канатної дороги» О. Іващук (22 липня 2021 року).
184. «Тимчасовий міст через Західний Буг біля Кам'янки-Бузької відкриють за два тижні» Б. Опока (22 липня 2021 року).
185. «У дворику львівської Ратуші запрацювала олімпійська фан-зона» Б. Опока (23 липня 2021 року).
186. «У Львові остаточно демонтували радянський Монумент слави» І. Ващишин (23 липня 2021 року).
187. «У львівському Палаці Потоцьких після 20-річної перерви уклали шлюб» З. Губарь (23 липня 2021 року).
188. «Львівська пара одружиться просто неба на фестивалі «Італійське весілля»» Ю. Девда (23 липня 2021 року).
189. «Троє хворих на штам «Дельта» у Львівській області одужують» Ю. Девда (26 липня 2021 року).
190. «Вул. Хмельницького у Львові відкриють для руху транспорту за тиждень» О. Іващук (26 липня 2021 року).
191. «У львівському заказнику «Торфовище Білогорща» почала патрулювати поліція» Б. Опока (26 липня 2021 року).
192. «Діти з інвалідністю провели день разом із пластунами у таборі в Наварії» З. Казмірук (26 липня 2021 року).
193. «Львівські молодята одружились просто неба на фестивалі «Італійське весілля»» Ю. Девда (26 липня 2021 року).
194. «У Брюховичах відкриють ще один центр вакцинації» О. Сенишин (27 липня 2021 року).
195. «До порятунку хворої на СМА львів'янки аукціон зустрічей» З. Губарь (28 липня 2021 року).
196. «У Львівському театрі ім. Заньковецької розповіли, що відреставрують за 12,5 млн. грн.» О. Іващук (28 липня 2021 року).
197. «Наступного тижня у Львові відкриють для руху транспорту вулицю Винниченка» З. Казмірук (28 липня 2021 року).
198. «Львівська компанія впорядковує стрийське сміттєзвалище» Б. Опока (29 липня 2021 року).
199. «У заповіднику «Давній Пліснеськ» реконструктори кілька днів жили у слов'янській хижі X ст.» М. Крижанівська (29 липня 2021 року).
200. «У Сихівському районі «Львівтепленерго» встановлює індивідуальні теплові пункти» З. Казмірук (29 липня 2021 року).
201. «У Жовківському замку планують відреставрувати всі корпуси та оновити інтер'єри» О. Іващук (30 липня 2021 року).
202. «Для львівської лікарні швидкої допомоги закупили 12 «розумних» ШВЛ-апаратів» Ю. Девда (2 серпня 2021 року).
203. «Команда львівської «Фабрики повидла» презентувала першу театральну виставу» Ю. Девда (3 серпня 2021 року).
204. «Вулицю Пекарську планують відкрити для проїзду з 1 вересня» З. Казмірук (3 серпня 2021 року).
205. «Військові НАТО допомагають відновлювати школу-інтернат у Краковці» О. Іващук (3 серпня 2021 року).
206. «Реставрацію гарнізонного храму у Львові планують завершити до кінця року» З. Казмірук (4 серпня 2021 року).
207. «У Львові встановили експериментальні контейнери для відходів» Б. Опока (5 серпня 2021 року).

208. «Львівські ветерани АТО підняли на гору Піп Іван чоловіка з ДЦП» З. Казмірук (5 серпня 2021 року).
209. «У львівському Парку культури відбувся парад військових собак» Ю. Девда (7 серпня 2021 року).
210. «У Львові відзначили річницю початку протестів у Білорусі» О. Іващук (9 серпня 2021 року).
211. «На Львівщині відбувся фестиваль української середньовічної культури «ТуСтань!» М. Крижанівська (9 серпня 2021 року).
212. «У «Древньому Звенигороді» стартував перший туристичний сезон» М. Крижанівська (9 серпня 2021 року).
213. «У Львові запрацював перший в Україні банк їжі» О. Шиян (9 серпня 2021 року).
214. «На Грибовницькому полігоні почали новий етап рекультивації» О. Іващук (10 серпня 2021 року).
215. «Понад 20 шкіл на Львівщині не розпочнуть новий навчальний рік» З. Казмірук (10 серпня 2021 року).
216. «На реставрацію костелу в Підгірцях витратять 25 млн. грн.» О. Іващук (10 серпня 2021 року).
217. «Діти зі СМА допомагають збирати кошти для львів'янки Вікторії Полюги» З. Губарь (11 серпня 2021 року).
218. «Львівські смітники означають QR-кодами для відстеження роботи перевізників» Ю. Девда (12 серпня 2021 року).
219. «Мешканці Зубри пікетують сільраду через будівництво багатоповерхівки» З. Казмірук (12 серпня 2021 року).
220. «У Львівському університеті розпочали масову вакцинацію студентів від Covid-19» З. Казмірук (13 серпня 2021 року).
221. «Як змінилось за півроку село Ладанці, яке модернізує молодий священник» З. Губарь (13 серпня 2021 року).
222. «Андрій Садовий зустрівся з Львівськими призерами Олімпіади» З. Казмірук (16 серпня 2021 року).
223. «У Львівобленерго» назвали найпоширенішу причину знеструмлення під час негоди» З. Казмірук (17 серпня 2021 року).
224. «Четверо вихованців львівського центру «Рідні» повернулись у свої сім'ї» Ю. Девда (18 серпня 2021 року).
225. «Козловський заплатив у міській бюджет Львова 18,5 млн. грн. за два ринки» В. Ейсмунт (19 серпня 2021 року).
226. «До Дня Незалежності у Львові відкриють дві відремонтовані вулиці» З. Губарь (19 серпня 2021 року).
227. «У Львові збирають гроші на спеціальні ортези для 7-річної пацієнтки ОХМАТДИТу» З. Казмірук (20 серпня 2021 року).
228. «У Львові встановили пам'ятник Францу Ксаверу Моцарту» З. Губарь, О. Гринько (25 серпня 2021 року).
229. «Перший в Україні центр трансплантології відкрили у Львові» О. Баландюх (25 серпня 2021 року).
230. «У Львові урочисто відкрили пам'ятник Францу Ксаверу Моцарту» О. Гринько, Ю. Девда (26 серпня 2021 року).
231. «Для порятунку Вікторії Полюги зіграють благодійний баскетбольний турнір» З. Губарь (26 серпня 2021 року).
232. «У Львові супергерої зіграли в баскетбол заради Вікторії Полюги» З. Губарь (30 серпня 2021 року).
233. «Після нападу та пограбування львів'янин судиться з двома банками» Ю. Девда (1 вересня 2021 року).

234. «Журналістам показали як рекультивують Грибовицьке сміттєзвалище» С. Лазуркевич, Б. Опока (2 вересня 2021 року).
235. «У Львові презентували пілотну програму безвідсоткового кредитування інвестиційних проєктів» Ю. Девда (3 вересня 2021 року).
236. «Вулицю Пекарську у Львові відкрили для проїзду транспорту» К. Родак (6 вересня 2021 року).
237. «Львівський центр «Рідні» влаштував свято для своїх вихованців та сусідів» Ю. Девда (6 вересня 2021 року).
238. «Львів долучився до святкувань Дня військової слави Білорусі» Ю. Девда (8 вересня 2021 року).
239. «Львівські і бельгійські лікарі спільно оперують дітей з вадами слуху» Б. Опока (8 вересня 2021 року).
240. «300 людей взяли участь у міжнародних змаганнях з триатлону у Львові» М. Когут (12 вересня 2021 року).
241. «У Львові відкрили оновлене трамвайне депо по вул. Промисловій» О. Шиян (13 вересня 2021 року).
242. «14-річну львів'янку із пересаженою ниркою готують до виписки з лікарні» С. Трощук (14 вересня 2021 року).
243. «Директор ринку у центрі Львова побився з муніципалами через демонтаж кіоску з шаурмою» К. Родак (14 вересня 2021 року).
244. «Секретар РНБО презентував повний каталог Львівської галереї мистецтв» З. Казмірук (18 вересня 2021 року).
245. «Аматорський театр на Яворівщині поставив «Боярину» за поемою Лесі Українки» Ю. Девда (20 вересня 2021 року).
246. «У пульмунологічному відділенні 5-ї лікарні Львова встановили ліфт та відремонтували дах» З. Казмірук (20 вересня 2021 року).
247. «У Львові стартувала «Школа безпеки» для дітей» Б. Опока (21 вересня 2021 року).
248. «Засідання виконкому Львівської міської ради вперше провели на велосипедах» О. Гринько (21 вересня 2021 року).
249. «У комплексі бродівської фортеці обвалилася частина казематів» О. Шиян (23 вересня 2021 року).
250. «Біля Львова працює центр реабілітації травмованих птахів» З. Казмірук (23 вересня 2021 року).
251. «У Львові відбувся мемінар з маркетингу для топ-менеджерів провідних компаній» Ю. Девда (24 вересня 2021 року).
252. «Під час навчань Rapid Trident На Львівщині військові вчилися звільняти місто від терористів» З. Казмірук (24 вересня 2021 року).
253. «Для проїзду відкриють ще одну частину відремонтованої вулиці Бандери» О. Гринько, З. Казмірук (27 вересня 2021 року).
254. «У лікарнях Львівщини перебуває близько 1500 хворих на коронавірус» О. Іващук (27 вересня 2021 року).
255. «На вул. Шота Руставелі відреставрували браму і під'їзд сецесійної кам'яниці» Ю. Девда (27 вересня 2021 року).
256. «На Львівщині рятувальники вчать лізквідувати хімічні та біологічні загрози» Б. Опока (28 вересня 2021 року).
257. «Як за півроку змінилося село історії якого відновлює 27-річний львів'янин» З. Губарь (28 вересня 2021 року).
258. «Реконструкцію озера на Панча мають завершити наступного року» З. Казмірук (29 вересня 2021 року).
259. «У Львові відкрили для проїзду перехрестя вул. Бандери – Федьковича» О. Іващук (4 жовтня 2021 року).

260. «На Львівщині критично зростає кількість госпіталізованих з ковідом» О. Іващук (5 жовтня 2021 року).
261. «У трьох львівських школах учні навчаються стоячи» З. Казмірук (5 жовтня 2021 року).
262. «У львівському парку облаштовують доріжку за унікальною технологією» О. Іващук (6 жовтня 2021 року).
263. «Пологовий будинок ЛОКЛ обіцяють відкрити на початку листопада» З. Казмірук (6 жовтня 2021 року).
264. «У першому селі львівської громади капітально відремонтували вулицю» Б. Опока (6 жовтня 2021 року).
265. «На IT Агента у Львові обрали кращі стартапи» О. Іващук (11 жовтня 2021 року).
266. «Депутати Львівської райради не змогли розподілити 10 млн. грн. на потреби громадян» Б. Опока (12 жовтня 2021 року).
267. «У Львові влаштують прем'єру опери з народним багатоголоссям і джазом» М. Крижанівська (12 жовтня 2021 року).
268. «У львівських лікарнях стрімко зростає кількість пацієнтів із коронавірусом» М. Стах (12 жовтня 2021 року).
269. «У львівському ОХМАДИТі лікують рекордну кількість дітей з ковідом» Б. Опока (19 жовтня 2021 року).
270. «Як адаптуються до нових карантинних обмежень громадські заклади Львова» Ю. Девда (19 жовтня 2021 року).
271. «У львівських ресторанах штрафують відвідувачів без масок» О. Іващук (20 жовтня 2021 року).
272. «У 13 львівських школах облаштували пункти вакцинації для освітян» Ю. Девда (20 жовтня 2021 року).
273. «В Україні почали діяти нові правила перевезення пасажирів» А. Стець (21 жовтня 2021 року).
274. «Роботи на вул. Шевченка ускладнює виявлена на глибині скельна порода» О. Гринько, Ю. Девда (21 жовтня 2021 року).
275. «На Львівщині працює єдиний в Україні пункт підготовки гірських рятувальників» З. Казмірук (22 жовтня 2021 року).
276. «Критична ситуація у львівських ковід-лікарнях» З. Казмірук (26 жовтня 2021 року).
277. «Ректори львівських університетів висадили дерева у Стрийському парку» З. Казмірук (28 жовтня 2021 року).
278. «Через Covid-19 львівська лікарня не може приймати хворих з інсультом» З. Казмірук (29 жовтня 2021 року).
279. «91-річна львів'янка розповіла як поборолa Covid-19» Ю. Девда (29 жовтня 2021 року).
280. «У Львівському театрі ім. Заньковецької облаштували хід для людей з інвалідністю» З. Губарь (1 листопада 2021 року).
281. «6-річному хлопчику треба зібрати кошти на лікування перед трансплантацією» З. Казмірук (1 листопада 2021 року).
282. «У жовтні з львівських вулиць зібрали 700 тонн опалого кона» Ю. Девда (2 листопада 2021 року).
283. «Радіо «Люкс ФМ» провело ранкове шоу в Моршині» З. Губарь (4 листопада 2021 року).
284. ««Львівводоканал заперечив можливість забруднення води через прорив водопроводу» О. Гринько, Ю. Девда (8 листопада 2021 року).
285. «Прикордонники щодня виявляють підроблені ковід-сертифікати» З. Казмірук (8 листопада 2021 року).

286. «Лікарі із США почали оперувати у Львові дітей з вродженими вадами серця» З. Казмірук (10 листопада 2021 року).

287. «Львівські науковці розробили станцію очистки фільтрату для Грибовицького сміттєзвалища» Б. Опока (10 листопада 2021 року).

288. «Мешканці Левандівки пікетують підприємство через сморід» Ю. Девда (15 листопада 2021 року).

289. «За напад із гомофобних мотивів львів'янин отримав 4 роки тюрми» О. Гринько, Ю. Девда (16 листопада 2021 року).

290. «У львівській міській лікарні запрацювала нова нейрохірургічна операційна» З. Казмірук (17 листопада 2021 року).

291. «У львівській лікарні швидкої допомоги відкрили сучасну дитячу кардіохірургію» З. Казмірук (19 листопада 2021 року).

ДОДАТОК Б

**РЕПОРТАЖІ «REPORTERS» У ХРОНОЛОГІЧНІЙ
ПОСЛІДОВНОСТІ**

(З СІЧНЯ 2021 РОКУ ПО ЛИСТОПАД 2021 РОКУ)

1. «Люди серед нас» О. Омелянчук (4 січня 2021).
2. «Без цукру і з сенсом» Д. Безрученко (8 січня 2021).
3. «Мамочко, він некерований» А. Мельниченко (11 січня 2021).
4. «Укроп-хол» О. Гетманенко (12 січня 2021).
5. «Кравець у сутані» А. Мартинюк (19 січня 2021).
6. «Хіба весни не буде?» М. Семенченко (22 січня 2021).
7. «Щеплені від страху» І. Громлюк (25 січня 2021).
8. «Чоловік шукає чоловіка» О. Омелянчук (26 січня 2021).
9. «Коли вбивають гори» О. Омелянчук (3 лютого 2021).
10. «Наша Оля» О. Омелянчук (5 лютого 2021).
11. «Сходження починається вночі» С. Максимів (10 лютого 2021).
12. «Одна смерть. Чотири життя» І. Заславець (11 лютого 2021).
13. «Останній поверх» В. Лукашук (19 лютого 2021).
14. «Ковток повітря» О. Омелянчук (25 лютого 2021).
15. «Наш син буде врятований» О. Гетманенко (27 лютого 2021).
16. «Рік пандемії» спецпроект (3 березня 2021).
17. «Часікі не тікають» Д. Павлов (8 березня 2021).
18. «Тьоть Маша ніколи не спізнюється» А. Сорокін (16 березня 2021).
19. «Вкрадений півострів» історія одного фото (18 березня 2021).
20. «Пандемія не вщухає» Є. Малолетка (22 березня 2021).
21. «Бачу, чую, відчуваю» О. Омелянчук (24 березня 2021).
22. «На Топольну» Д. Бура і О. Омелянчук (25 березня 2021).
23. «Обрубане крило» І. Буц-Мироненко (29 березня 2021).
24. «Інквізиція на перекурі» Г. Крігер (5 квітня 2021).
25. «У черзі по імунітет» О. Омелянчук (8 квітня 2021).
26. «Марина Львівна, жіноче ім'я Чернівців» Л. Ганжа (12 квітня 2021).
27. «Санавіація в дії» І. Заславець (14 квітня 2021).
28. «Дихати» А. Сорокін (15 квітня 2021).
29. «У пошуках ромського бога» К. Чикунова (21 квітня 2021).
30. «Chornobyl.35» К. Чернічкін (26 квітня 2021).
31. «Останній проукраїнський» С. Ваганов (28 квітня 2021).
32. «Весна, горілка, вітамін D» А. Ломакін (30 квітня 2021).
33. «Спогади» К. Москалюк (14 травня 2021).
34. «Недожите» І. Пельц (18 травня 2021).
35. «Живі люди» І. Громалюк (20 травня 2021).
36. «У напрямку світла» А. Мартинюк (26 травня 2021).
37. «Київ, ранковий котик» С. Рістенко (28 травня 2021).
38. «У напрямку тиші» А. Мартинюк (7 червня 2021).
39. «Хати без шароварів» А. Ільченко (9 червня 2021).
40. «Сама собі тренд» А. Сорокін (10 червня 2021).
41. «Дика Ванілька» Д. Безрученко (15 червня 2021).
42. «Іза» А. Войтенко (23 червня 2021).
43. «Наше кримське літо» І. Громлюк (25 червня 2021).
44. «Сформовані війною» О. Омелянчук (30 червня 2021).

45. «Я не обирала страждати» Д. Безрученко (3 липня 2021).
46. «Арифметика добра» В. Магда (12 липня 2021).
47. «Люди хитають паркан» Д. Павлов (12 липня 2021).
48. «Правда під устілкою чобіт» В. Курико (21 липня 2021).
49. «Зайві» О. Гляделов фоторепортаж (23 липня 2021).
50. «Шлях додому» О. Омелянчук (26 липня 2021).
51. «Зателефонуй мені, коли матимеш час» Д. Безрученко (30 липня 2021).
52. «Володю довела бюрократія» О. Омелянчук (4 серпня 2021).
53. «Церква, цвинтар, лазня і Світлана» Д. Безрученко (5 серпня 2021).
54. «Гробки поміж вирвами» О. Омелянчук (10 серпня 2021).
55. «Ми можемо змінити тільки це» М. Паплаускайте (13 серпня 2021).
56. «Паспорт» О. Чекменьов фоторепортаж (19 серпня 2021).
57. «Ловайськ» фоторепортаж (17 серпня 2021).
58. «Україні 30!» фоторепортаж (24 серпня 2021).
59. «Ущипни мене. Я вдома» Г. Балакир (30 серпня 2021).
60. «Щоденник Колі» Є Райська (1 вересня 2021).
61. «Рош га-Шана, малий український скарб» І. Єфімов (6 вересня 2021).
62. «Пуп лемківської землі» Х. Коціра (10 вересня 2021).
63. «За іншими ознаками» К. Куманова (17 вересня 2021).
64. «Нам таке і не снилося» Е. Антонюк (22 вересня 2021).
65. «Коні й люди» Г. Балакир (24 вересня 2021).
66. «Пливе відра гуде завод: чим живе Маріуполь» С. Коровайний (1 жовтня 2021).
67. «Баба Надя у саду» Д. Ешельман (6 жовтня 2021).
68. «З милим рай у бліндажі» Х. Коціра (13 жовтня 2021).
69. «Під ногами в нацистів» О. Лівіцька і Я. Сідаш (19 жовтня 2021).
70. «Захищені» (20 жовтня 2021).
71. «Щеплення на вокзалі» К. Чернічкін історія одного фото (22 жовтня 2021).
72. «Розіп'ята» О. Лівіцька, О. Кабанова (26 жовтня 2021).
73. «Ми ходимо колами вночі» А. Мартинюк (1 листопада 2021).
74. «Життя» В. Возний (3 листопада 2021).
75. «Поки не приїхала швидка» О. Омелянчук (4 листопада 2021).
76. «100 миттєвостей Революції» фоторепортаж В. Ратинського (19 листопада 2021).

SUMMARY

Budnyak K. M. Transformation of Multimedia Reporting in Modern Journalism. Zaporizhzhia, 2021. 110 p.

The diploma paper discusses the use of multimedia formats in modern multimedia reports. Actuality of the research paper is connected to the genre transformation of reporting manifested in the following: the classic features are combined with the information layout, changing approach to textual and audio-visual content. Often the report can even be submitted in the format of a microsite, i.e. a landing page with its own navigation and structure. Therefore, its transformation requires scientific research and understanding.

The paper's goal is to identify trends in the development of the portal in the context of digitalization of the media on the example of specific multimedia reports of selected online publications, which demonstrates the processes of their transformation in modern journalism. The aims are to get acquainted with the specifics and types of reports; to identify multimedia formats that are most common in reports; to identify changes that lead to the genre transformation of reporting; to explore the media space for the presence of multimedia reports; to generalize the influence of multimedia on the process of content creation by the Ukrainian media.

Used methods of research are analysis, synthesis, analogy, deduction, induction, terminological analysis, descriptive method, prediction. The main method we use in the practical part was the analysis.

The result of the research paper is identified the role of multimedia formats in modern multimedia reporting. The study demonstrated the difference between the use of multimedia formats in reporting publications «Zaxid.net» and «Reporters».

Key words: multimedia, hypertextuality, interactivity, transformation, content, video materials, photo materials, audio materials, format, reporting.

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Будняк Капітолїна Миколаївна, студентка другого курсу магістратури, заочної форми навчання, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти karitolina@i.ua

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Трансформація мультимедійного репортажу в сучасній журналістиці» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (науковий керівник) _____