



ISU

INTERNATIONAL SCIENTIFIC UNITY



**XLVIII INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL
CONFERENCE
«Interaction of Art and
Science: Creative Approaches
in Research»**

November 20-22, 2024
Geneva, Switzerland

ISBN 978-617-8427-38-2

DOI 10.70286/ISU-20.11.2024



INTERNATIONAL SCIENTIFIC UNITY

**XLVIII INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND
PRACTICAL CONFERENCE
«Interaction of Art and Science: Creative
Approaches in Research»**

Collection of abstracts

November 20-22, 2024
Geneva, Switzerland

UDC 01.1

XLVIII International scientific and practical conference «Interaction of Art and Science: Creative Approaches in Research» (November 20-22, 2024) Geneva, Switzerland. International Scientific Unity, 2024. 305 p.

ISBN 978-617-8427-38-2

DOI 10.70286/ISU-20.11.2024

The collection of abstracts presents the materials of the participants of the International scientific and practical conference «Interaction of Art and Science: Creative Approaches in Research».

The conference is included in the Academic Research Index ReserchBib International catalog of scientific conferences.

The materials of the collection are presented in the author's edition and printed in the original language. The authors of the published materials bear full responsibility for the authenticity of the given facts, proper names, geographical names, quotations, economic and statistical data, industry terminology, and other information.

The materials of the conference are publicly available under the terms of the CC BY-NC 4.0 International license.

ISBN 978-617-8427-38-2



© Authors of theses, 2024
© International Scientific Unity, 2024
Official site: <https://isu-conference.com/>

SECTION: JOURNALISM

ЛОНГРІД У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ПРАКТИЦІ: НАРАЦІЙНІ, КОМУНІКАТИВНІ ТА СОЦІАЛЬНО- ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

Марків Олександра Тимофіївна

кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри

Білорусцева Тетяна Миколаївна

викладач

Денисюк Софія Василівна

асистент

Кафедра журналістики

Український державний університет

імені Михайла Драгоманова

Сучасний інфокомунікаційний процес характеризується синтезом різних видів вербальних, візуальних, аудіальних даних. У журналістиці це спричинило явище сторітелінгу (історії, написаної в онлайн), яке ще позначають термінами: «сноуфол», «сторітелінг», «лонгрід». Як зазначає Л. Василик, «фактично під усіма визначеннями розуміють великі мультимедійні історії з великими виразними ілюстраціями, відео, аудіо та інтерактивними картинками», адже, на думку науковиці, «коли віртуального тексту багато, його розбивають різними вставками: роликами, презентаціями, інтерактивними картинками, цитатами, виносками і так далі. Тому лонгріди деколи нагадують інтерактивну карту або інфографіку, за допомогою якої читачі можуть повністю зануритися в історію» [2]. Специфічна нараційна техніка, захоплива оповідна манера спонукає не пробігти очима написане, а вповні прочитати текст, детально вивчити фото і відео, які тут є не просто ілюстрацією, а повноцінними складовими матеріалу.

Першим лонгрідом вважається публікація «Snowfall» у «Нью Йорк Таймс» в 2012 році (звідси термін «сноуфол»); згодом у західній журналістиці «The Snow Fall» отримав Пулітцерівську премію та задав тенденційний напрям у медіадіяльності (Бен Уолфорд, редактор «The Bangkok Post», відкрив онлайн-журнал розповідної журналістики «Latterl»). Зазначимо, що, хоча ця практика потребувала значного часу на аналітичну роботу журналіста, візуалізацію, підготовку мультимедійних елементів, дизайну і програмування, тобто, значних ресурсних затрат, проте тоді, в 2014 році, українські медіа її також активно підхопили: першопрохідцями використання жанру стали «Українська правда», видання Insider, а The Ukrainians – проект, що обрав лонгріа за основний. А сьогодні медіа вже активно використовують такий формат подачі інформації. Причина цього явища, на думку О. Харитоненко,

очевидна: «посилення конкуренції на ринку медіа, розквіт засобів масової інформації та мережевих ресурсів різних видів з одного боку і загальна тенденція послаблення інтересу до сприймання новин, втрата практик читання та опрацювання інформації більшістю масових аудиторій актуалізували сьогодні пошук нових методів представлення інформації» [5].

Чому ж так приваблює сторітелінгова манера? Щоби відповісти на це питання варто розглянути детальніше нараційні, комунікативні, соціально-психологічні та інші особливості лонгріду, сторітелінгу.

Нараційні характеристики. Завдяки нарації лонгріди та сторітелінг є важливими інструментами для занурення читача в сюжет і глибшого осмислення теми. В медійних матеріалах використання техніки розповіді виходить за межі традиційного журналістського формату і проявляється через застосування таких прийомів:

1. Динамічність структури наративу – довгі журналістські тексти зазвичай не обмежуються традиційною моделлю, як от «піраміда Фрейтага» (лінійна) – від експозиції до розв'язки [3], а мають більш гнучку структуру: нелінійну – «крива Фіхте» [3] чи фрагментарну; «історія в історії» або циклічну. Важливе використання усіх частин тексту для будівництва наративної лінії – уведення персонажів, конфліктів, кульмінації та розв'язки. А ще сторітелінгу притаманне поступове розкриття інформації, тобто наратив у лонгрідах часто побудований так, щоб інтригувати читача й утримувати його увагу до повного прочитання (наприклад, застосування флешбеків, паралельних сюжетних ліній або незавершених історій). Важливо, «упакувати» великий обсяг інформації на цікаву публікацію» [1].

2. Занурення у внутрішній світ персонажів і контекст. Один із основних елементів сторітелінгу – це особисті історії. Журналісти не просто описують факти чи події, але й намагаються показати людські переживання, емоції, мотиви та ключові ролі. Це дозволяє створити сильну емоційну зацікавленість читача. Причому, персонажами можуть бути не лише люди, але й соціальні, економічні чи політичні явища, які уможливають розуміння контексту. Робота над лонгрідом вимагає більше часу для підготовки, адже вони ґрунтуються на детальних дослідженнях, аналізах та розслідуваннях. У таких матеріалах важливо не лише описати події, а й зрозуміти їхні причини, наслідки та широкий контекст, і в результаті – розкрити складні соціальні чи політичні явища.

3. Мовно-стильовий колорит. У лонгрідах мова більш розгорнута, художня, образна, емотивна, атмосферна. Використовуючи метафори, порівняння, детальні описи, автор емоційніше передає відчуття і переживання.

4. Тематична сфокусованість і акцент на деталях. Лонгрід чи сторітелінг часто фокусується на одній конкретній темі або навіть одному випадку, розкриваючи його з різних боків і даючи широке бачення проблем. Це допомагає досягнути важливості події чи явища, що інколи може бути прихованим за поверхневими новинами. Ще однією з важливих рис наративного підходу є акцент на деталях, які передають атмосферу часу, місця, емоційної канви подій. Наприклад, опис атмосфери в кімнаті, інтонації

в голосі персонажа або навіть запахи можуть створити необхідний настрій для особистого переживання історії.

5. Збереження конфлікту і напруги протягом розповіді. У лонгріді конфлікт, так би мовити, рухає нарративом уперед. Це може бути як зовнішній конфлікт (між людьми, культурами, ідеями), так і внутрішній, психологічний конфлікт персонажів. Конфлікти та їх розв'язання є основою драматичної напруги в тексті. Саме драматичний сюжет, гумор, несподівані повороти чи іронія роблять історію більш живою та цікавою.

6. Використання фото і відео як структурних елементів розповіді. Мультимедійні елементи не лише візуалізують інформацію, а й поглиблюють розуміння розповіді, дозволяючи читачеві побачити події з різних точок зору.

Підсумовуючи нараційні особливості сучасного лонгріду, зауважимо, що автор має ключову роль як режисер відтворення подій, його завдання а – сприяти персоналізованій та емоційній взаємодії з темою публікації. А це вимагає не лише журналістської майстерності, а й уміння створювати історію, яка не тільки інформує, але й хвилює, мотивує до роздумів або навіть дії.

Перейдемо до комунікативних особливостей лонгріду, які полягають у здатності формувати не лише інформативний, а й емоційний, когнітивний зв'язок із читачем. Це досягається застосуванням таких принципів:

1. Інтимізація спілкування з читачем. Завдяки детальному опису подій, персонажів та контексту, лонгрід має характер розповіді, яка звертається до особистих переживань, емоцій та думок читача. Це, власне, і є сторітелінгом – побудова емоційної взаємодії з аудиторією. Наприклад, журналіст може розпочати текст з особистої історії або пережитого досвіду, що надає відчуття «розмови» з читачем, а не просто викладу фактів. Лонгрід фокусується на людських історіях, що дозволяє читачам емоційно ідентифікуватися з героями або ситуаціями (як, наприклад, репортаж про людську трагедію, катастрофу, може викликати співчуття і призвести до соціального або політичного усвідомлення).

2. Мультимедіа як джерело інформації. Фото, відео, інфографіка створюють додаткові рівні спілкування, взаємодії; несуть не тільки інформацію, а й стимулюють аналізувати, запитувати, прогнозувати. Наприклад, схема візуалізації перебігу подій, яка допомагає краще розуміти контекст.

3. Поглиблене пояснення та конкретизація тематичних ліній. Лонгрід – це не просто опис подій, це дослідження причин, наслідків і глибинних процесів, які стоять за певною історією чи явищем. Автори не обмежуються лише поверхневими фактами, вони пропонують читачам більш детальну картину, яка дозволяє розглядати проблему з різних точок зору. Цей аспект комунікації значно збільшує рівень розуміння і впливу на читача. Наприклад, пояснення історичного контексту у лонгріді про політичний конфлікт.

4. Інтрига як сюжетний компонент. Журналіст може так захопливо розповідати, що при читанні в людини виникає відчуття власної участі в подіях. Наприклад, розпочати з відкритого питання або загадки на початку лонгріду, а потім поступово подавати свідчення, факти, пояснення, які

приведуть до логічного висновку. Або поставити конроверсійне питання: лонгріди тяжіють порушувати актуальні або спірні проблеми, а це своєю чергою стимулює діалог і дискусії, спричинює не тільки емоційні реакції, а й інтелектуальну взаємодію, де читачі запитують себе, переосмислюють свої погляди або навіть вступають в обговорення.

5. Оперування достовірними джерелами, наведення думок експертів. Лонгріди базуються на ретельних дослідженнях, інтерв'ю та первинних джерелах, що надає їм високого ступеню достовірності. Це дозволяє автору викликати довіру в читача. Крім того, цей підхід демонструє серйозність і відповідальність журналіста, що підвищує авторитет тексту. Наприклад, подання експертних оцінок, статистики, або документальних матеріалів, які підтверджують або спростовують головні тези.

Отже, комунікативна особливість лонгріду полягає в доборі принципів для глибокого, багатшарового сприйняття інформації, дозволяючи читачеві відчувати свою присутність та потрібність у розтлумаченні проблеми. В результаті лонгрід може не тільки інформувати, але й змінювати ставлення читача до написаного, сприяти глибшому розумінню складних питань і стимулювати соціальні дискусії.

Нарешті поговоримо про соціально-психологічні особливості, а також причини популярності лонгріду. Тут, на нашу думку, все чітко і взаємозумовлено: технічний прогрес, мультимедійні можливості, сучасні тенденції на медіаплатформах стимулюють журналістську працю відповідати медійним трендам і відгукуватися на запити епохи, громадські потреби. З іншого боку – людям потрібна правда, деталі, доказовість, глибоке роз'яснення та емоційне переживання. Це здатен забезпечити формат лонгріду.

Що сприяло появі сторітелінгу як оповідної манери лонгріду? Це, на наш погляд:

1. Попит на психологічне, мотиваційне, науково-популярне читиво. Лонгріди і сторітелінг чудово підходять для популяризації наукових, технічних або складних для розуміння тем. Вони дозволяють розповісти заплутані історії простими словами, зробити науку, політику чи економіку доступними для широкої аудиторії. У лонгрідах здебільшого появляються ментори, наставники, координатори, які мимоволі переймають функцію мотиваторів до дії, власним прикладом демонструють вихід зі складної ситуації, або ж сам автор шукає шляхи, як доступно розповісти про подію, пояснити в цікавому сюжетному виконанні складні речі, наводити аргументи, факти, доказову базу.

2. Потреба в інформаційному переважанні, пошук правди і сенсів. У сучасному світі люди мають доступ до величезної кількості інформації через різноманітні канали, що часто призводить до переважання. Лонгрід дає можливість зосередитись на одній темі, подати її в контексті, розглянути з різних боків і не відволікатися на поверхневі новини. Це дозволяє людям отримати більш повну картину події чи явища. Наприклад, лонгрід про зміну клімату може охопити і наукові дослідження, і особисті історії людей, які вже

стикаються з наслідками зміни клімату, надаючи читачу всеосяжне розуміння проблеми.

З іншого боку, для того, щоб не піддаватися інформаційним впливам деструктивного характеру, люди все більше шукають змістовні, повноцінні розповіді, які допомагають їм краще зрозуміти складні проблеми. Лонгрід дозволяє розкрити не лише факти, але й причини, наслідки та різні аспекти подій чи явищ. Наприклад, лонгріди, що описують деталі великих корупційних скандалів або політичних маніпуляцій, часто мають більший вплив, ніж швидкі новини, оскільки вони дають причинно-наслідкове розуміння ситуації.

Заради правди зазначимо, що маніпулятивні лонгріди пропагандистського спрямування, на жаль, також є в медійному просторі, їх можна ідентифікувати. Опираючись на медіаграмотне сприймання медіа. Для цього використовують пропагандистську, фейкову, альтернативну інформацію, але вона не завжди влучає в ціль. Оскільки неможливо точно передбачити ефект впливу, тому що він залежить від безлічі не лише об'єктивних, а й суб'єктивних факторів або ж йому може протидіяти так званий «інформаційний імунітет» [4].

3. Фабульність як «видовище». Лонгріди, як ми вже зазначали, – це майже завжди персоналізовані розповіді, які розгортаються в драматичних сюжетах, а люди природньо тяжіють до історій про інших людей, а їхні переживання, боротьбу, досягнення приміряють до свого життя. Лонгріди й будуються на таких подіях, і це дозволяє більш глибоко відчувати і пережити їх, а не просто спостерігати за ними. Можемо вважати, що в лонгрідах відтворюється видовищна культура. Наприклад, стаття про біженців або постраждалих від війни може бути набагато потужнішою, якщо вона розповідає особисті історії людей, а не просто показує статистику чи абстрактні дані. Адже одна історія демонструє сотні собі подібних, і цим викликає глибоку емоційну реакцію в аудиторії.

4. Сучасні тенденції в медіаіндустрії. Соціальні мережі і цифрові платформи змінили спосіб споживання інформації. Вони значною мірою орієнтовані на швидкий доступ до контенту, але водночас зумовлюють попит на розлогі і змістовні матеріали. Лонгріди і сторітелінг відповідають на цей запит, зокрема завдяки здатності привертати увагу й тримувати її. Зараз майже всі популярні великі новинні сайти та медіаплатформи випускають лонгріди та аналітичні матеріали, які змушують детальніше аналізувати тему і залучають зацікавлених читачів, які готові витратити більше часу на вивчення й осмислення матеріалу.

Лонгріди як і сторітелінг популярні, тому що вони відповідають сучасним вимогам медіа: глибоко розкривають тему, залучають увагу читача на рівні емоційних потреб, надають можливість взаємодії з контентом, а також забезпечують здатність задовольняти потребу в інформації і та контекстуалізації в епоху перевантаження даними. Ці формати дають можливість не лише інформувати, але й сприяти аудиторії в розумінні сучасних подій, явищ, процесів. Однак, як зауважує Л. Василик, журналістам

варто пам'ятати, що «лонгрід – це завжди історія, а не новина чи гостра проблемна ситуація. Тому не варто намагатися використати такий формат у швидкоплинних темах, бо такий великий матеріал-новину читати ніхто не буде. Лонгриди, на відміну від новин, допомагають залучити читача у важливі і комплексні сюжети» [2] .

Список використаних джерел

1. Гузенко С., Міщенко С. Як написати якісний лонгрід з прикладами // Elitweb. – 15.06.2024. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://elitweb.ua/ua/blog/chto-takoe-longrid> (Дата звернення: 18.11.2024)
2. Крецу І., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. - Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/uaфуhi>
3. Matsyshyna, I. (2017), «The structure of multimedia staging (on the example of a longread)», Krosmedia: kontent tekhnolohii perspektyvy (kolektyvna monohrafiia) [Crossmedia: content, technology, perspectives (collective monograph)], Kyiv, Ukraine, pp. 149–159.
4. Марків О., Зарівна О., Марків І. Коментар як інструмент маніпулювання суспільною свідомістю в умовах війни (до питання інформаційно-психологічних операцій) // Актуальні питання гуманітарних наук. Міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, 2022. – Випуск 51. – Том 3. – С. 604-609. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/44672/Markiv%20O_Zarivna%20O_Markiv%20I.pdf?sequence=1
5. Харитоненко О. Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітектоніки в журналістиці: зміст, різновиди, сучасні інтерпретації // Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (25 жовтня 2018 р.) [наук. ред. В. М. Каленич]. – Вінниця, 2018. – 352 с. – С. 243-250