МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра
на тему «Особливості мультимедійної журналістики в Україні під час війни: аналітичний аспект подачі інформації»

Виконала: студентка 4 курсу,
групи 6.0612-ж
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми: «Журналістика»
Е.П.Силахіна
Керівник: к. соц. ком., доц.
Костюк Ю. В.
Рецензент: доц., к. філол. н.
Романюк Н. В.

Запоріжжя 2026

ЗМІСТ

Реферат……3
Завдання……5
Вступ……7
Розділ 1. теоретичні засади мультидедійної журналістики в умовах війни…....9
1.1. Мультимедійна журналістика як феномен сучасних онлайн-медіа та аналітичні формат……9
1.2. Вплив війни на трансформацію журналістського контенту та форматів.14
Розділ 2. Супровідна записка до творчого мультимедійного проєкту …..……..20
2.1. Концепція, актуальність і унікальність творчого проєкту ……..……..20
2.2. Цільова аудиторія та позиціонування проєкту в медіапросторі……25
2.3. Формат, структура та змістове наповнення проєкту ……..…...31
2.4. Мультимедійне оформлення, технічні засоби та просування……39
Висновки……48
Список використаної літератури……...…..50
Додаток А. Головна сторінка «Української правди»……..……..54
Додаток Б. Головна сторінка «Суспільне»……..55
Додаток В. Головна сторінка «NV.ua»……56
Додаток Г. Головна сторінка «Babel»……..57
Додаток Д. Сформовані матеріали……...58
Декларація академічної доброчесності……...62
Abstract……63

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: Особливості мультимедійної журналістики в Україні під час війни: аналітичний аспект подачі інформації.

Обсяг основного тексту: 42 сторінки.

Кількість використаних джерел: 32.

Мета роботи – проаналізувати специфіку мультимедійних форматів та принципів аналітичної подачі інформації в українських інтернет-виданнях під час війни, проаналізувати їхню ефективність на основі контент-аналізу функцій мультимедійних елементів і їхнього впливу на сприйняття інформації аудиторією.

Для досягнення поставленої мети в роботі передбачено виконання таких **завдань**:

1) дослідити теоретичні основи мультимедійної журналістики та її роль у сучасних медіа.

2) виявити вплив повномасштабної війни на трансформацію журналістських форматів в українських онлайн-медіа;

3) проаналізувати мультимедійні матеріали провідних українських онлайн-видань («Українська правда», «Суспільне», NV.ua, Babel) та особливості аналітичної подачі інформації в них;

4) оцінити ефективність використання мультимедійних інструментів у висвітленні воєнної тематики та визначити основні тенденції розвитку мультимедійної журналістики в Україні.

Об’єкт дослідження – мультимедійна журналістика в українських онлайн-виданнях «Українська правда», «Суспільне», NV.ua та Babel у період з січня 2021 року по січень 2025 року.

Предмет дослідження – особливості мультимедійної журналістики в Україні під час війни: аналітичний аспект подачі інформації.

Формально-змістові характеристики проєкту. Творчий проєкт є мультимедійним журналістським матеріалом аналітичного характеру,

спрямованим на комплексне висвітлення подій повномасштабної війни в Україні. Проєкт поєднує текстову аналітику, фото- та відеоматеріали, інфографіку, інтерактивні карти та хронології, що забезпечують структуроване й наочне подання складної інформації. Реалізований проєкт демонструє залежність вибору мультимедійних інструментів від тематики матеріалу, аналітичного задуму автора та необхідності формування цілісного уявлення аудиторії про воєнні процеси.

Ключові слова: мультимедійна журналістика, онлайн-медіа, аналітичні матеріали, мультимедійні формати, лонгрід, спецпроєкт, візуалізація даних, інтерактивні елементи.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____
«___»_____2026 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТЦІ

Силахіній Емілії Павлівні

1. Тема роботи – «Особливості мультимедійної журналістики в Україні під час війни: аналітичний аспект подачі інформації» («Specifics of Multimedia Journalism in Ukraine During the War: an Analytical Aspect of Information Presentation»)
керівник роботи: канд. соц. ком., доцент Костюк Юрій Вікторович,
затверджені наказом ЗНУ від «08» грудня 2025 року №1776-с

2. Строк подання студентом роботи – 5 червня 2026 р.
3. Вихідні дані до роботи: наукові джерела таких учених, як наукові праці З. Вайшенберга, М. Дьюза, М. Кастельса, Б. Зелайзер, С. Аллана, Я. Яненка та інших вітчизняних і зарубіжних дослідників журналістики та мультимедійних комунікацій; мультимедійні матеріали українських онлайн-видань «Українська правда», «Суспільне», NV.ua та Babel; наукові статті, монографії, навчальні посібники й інтернет-джерела з теми дослідження.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: теоретичні основи мультимедійної журналістики та її роль у сучасних медіа; вплив воєнного стану на трансформацію журналістських форматів; аналіз мультимедійних матеріалів провідних українських онлайн-видань («Українська правда», «Суспільне», NV.ua та Babel); особливості аналітичної подачі інформації у мультимедійних спецпроєктах і лонгрідах; оцінювання ефективності мультимедійних інструментів; визначення тенденцій розвитку мультимедійної журналістики в Україні в умовах війни; розроблення та обґрунтування творчого мультимедійного проєкту.
5. Перелік графічного матеріалу: таблиць – 5, рисунків – 8;

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Костюк Ю.В., доц.	04.12.2025	04.12.2025
Розділ 1	Костюк Ю.В., доц.	23.01.2025	23.01.2025
Розділ 2	Костюк Ю.В., доц.	28.02.2026	28.02.2026
Висновки	Костюк Ю.В., доц.	20.03.2026	20.03.2026

7. Дата видачі завдання - 10 грудня 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження	16.11.2025	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту та дібрати наукову літературу	23.12.2025	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури.	04.01.2026	Виконано
4	Написати всі інші підрозділи практичної частини. Формування творчого доробку.	28.02.2026	Виконано
5	Доробити творчий проєкт.	18.03.2026	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	06.05.2026	Виконано
7	Оформити додатки.	25.05.2026	Виконано
8	Здати роботу на нормоконтроль.	04.06.2026	Виконано
9	Виправити недоліки оформлення	08.06.2026	Виконано

Студентка  Е.П.Силахіна

Керівник роботи _____ Ю.В.Костюк
(підпис)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____Романюк Н.В.
(підпис) (ініціали та прізвище)

ВСТУП

Сучасні онлайн-медіа мають широкі можливості для комплексного відтворення реальності завдяки використанню мультимедійних технологій. Поєднання тексту, фото, відео, інфографіки, інтерактивних карт і хронологій дозволяє не лише оперативно інформувати аудиторію, а й глибше аналізувати суспільно важливі події. У період повномасштабної війни в Україні роль мультимедійної журналістики суттєво зросла, адже саме вона забезпечує ефект залученості, наочності та структурованого подання складної інформації, необхідної для її осмислення аудиторією.

Аналітична подача інформації в умовах війни потребує від журналістів не лише точності та достовірності, а й уміння працювати з великими масивами даних, візуалізувати їх і пояснювати контекст подій. Мультимедійні формати дають змогу поєднати факти, експертні коментарі та візуальні елементи в єдиний інформаційний продукт, який сприяє формуванню цілісного уявлення про воєнні процеси. Водночас особливості використання мультимедійних інструментів в аналітичних матеріалах істотно відрізняються від новинної подачі: акцент зміщується з оперативності на глибину, пояснення та аргументованість.

Українські онлайн-видання в період 2021-2025 років активно експериментують із мультимедійними спецпроєктами, лонгрідами та інтерактивними матеріалами, адаптуючи світові практики до реалій воєнного часу. Проте надмірна візуалізація або некоректне використання мультимедійних елементів може спотворювати сприйняття дійсності, впливати на емоційний стан аудиторії та знижувати рівень довіри до медіа. Саме це зумовлює *актуальність дослідження* особливостей мультимедійної журналістики в Україні під час війни з аналітичного погляду.

Кваліфікаційна робота сфокусована на аналізі специфіки мультимедійної подачі інформації в українських онлайн-медіа воєнного періоду. У межах дослідження розглядаються аналітичні мультимедійні матеріали, що поєднують різні формати подачі інформації та формують уявлення аудиторії про події війни.

Презентований творчий проєкт передбачає створення мультимедійного журналістського продукту аналітичного характеру, в якому використовуються сучасні інструменти візуалізації та структурованого подання інформації.

Мета роботи – виявити специфіку мультимедійних форматів і принципів аналітичної подачі інформації в українських інтернет-виданнях під час війни.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких *завдань*:

1) дослідити теоретичні основи мультимедійної журналістики та її роль у сучасних медіа;
2) виявити вплив повномасштабної війни на трансформацію журналістських форматів в українських онлайн-медіа;
3) проаналізувати мультимедійні матеріали провідних українських онлайн-видань («Українська правда», «Суспільне», NV.ua, Babel) та особливості аналітичної подачі інформації в них;
4) оцінити фективність використання мультимедійних інструментів у висвітленні воєнної тематики та визначити основні тенденції розвитку мультимедійної журналістики в Украні.

Об'єкт дослідження – мультимедійна журналістика в українських онлайн-виданнях «Українська правда», «Суспільне», NV.ua та Babel у період січень 2021 року та січень 2025 року.

Предмет дослідження – особливості мультимедійної журналістики в Україні під час війни: аналітичний аспект подачі інформації.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Обсяг основної роботи – 42 сторінки. Список використаної літератури включає 32 найменування (викладених на 5 сторінках).

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МУЛЬТИМЕДІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ

1.1. Мультимедійна журналістика як феномен сучасних онлайн-медіа та аналітичні формати

Сучасний етап розвитку медіапростору характеризується глибокими трансформаціями, зумовленими цифровізацією, поширенням інтернету та активним використанням мультимедійних технологій у процесі створення й поширення інформаційного контенту. У цих умовах «мультимедійна журналістика постає не лише як один із напрямів професійної діяльності журналіста, а як цілісний феномен сучасних онлайн-медіа, що поєднує різні способи подачі інформації та формує нові аналітичні формати» [2, с. 114].

Відповідно до визначення, «мультимедійна журналістика – це практика сучасної журналістики, яка поширює новинний контент із використанням двох або більше медіаформатів через інтернет або різні платформи одночасно» [3, с. 37].

Особливої актуальності цей феномен набуває в умовах війни, коли медіа виконують не лише інформативну, а й аналітичну, пояснювальну, мобілізаційну та документальну функції. В умовах воєнного протистояння мультимедійна журналістика виконує також функцію фіксації реальності та збереження свідчень подій для історичної пам’яті. Як зазначає З. Вайшенберг: «у кризових ситуаціях цифрові медіа стають ключовим інструментом формування суспільного розуміння подій та протидії інформаційним маніпуляціям» [2, с. 214].

Мультимедійна журналістика виникла як результат еволюції традиційних засобів масової інформації та їхньої адаптації до цифрового середовища. Якщо класична журналістика ґрунтувалася переважно на одному домінантному каналі передачі інформації: друкованому слові, радіозвуку або телевізійному зображенні, то мультимедійна журналістика інтегрує текст, фотографію, відео,

аудіо, інфографіку, інтерактивні елементи та гіпертекст у межах одного медіапродукту. Такий підхід забезпечує багатовимірність сприйняття інформації та дозволяє аудиторії глибше зануритися в тему [4].

У науковому дискурсі мультимедійну журналістику розглядають як форму журналістської діяльності, що використовує цифрові технології для створення комплексних медіатекстів, орієнтованих на активну взаємодію з користувачем. Дослідники наголошують, що мультимедійність полягає не лише в механічному поєднанні різних форматів, а в їхній логічній, змістовій та функціональній взаємодії. Кожен елемент мультимедійного матеріалу має виконувати окрему комунікативну функцію: текст – пояснювати й аналізувати, відео – емоційно впливати та візуалізувати події, інфографіка – структурувати складні дані, аудіо – створювати ефект присутності [9].

У наукових дослідженнях виділяють низку ключових ознак мультимедійної журналістики, серед яких мультимедійність, інтерактивність, гіпертекстуальність, нелінійність структури матеріалу та орієнтація на активну участь аудиторії. За тлумаченням Дж. Павліка, саме «поєднання цих характеристик формує нову якість журналістського контенту, адаптованого до цифрового середовища» [27, с. 52]. Онлайн журналістика характеризується здатністю використовувати кілька медіа для забезпечення різної «текстури» повідомлення, де поєднання тексту, графіки та відео спеціально побудоване так, щоб кожне доповнювало одне одного і сприяло кращому сприйняттю теми.

На думку дослідників цифрової журналістики, «принциповою ознакою мультимедійної журналістики є не проста наявність кількох форматів у межах одного матеріалу, а їх функціональна взаємодія». Як наголошує М. Дьюз: «Кожен елемент мультимедійного матеріалу має виконувати чітко визначену роль у процесі комунікації з аудиторією, а мультимедійність повинна підсилювати зміст, а не замінювати його» [24].

Онлайн-медіа стали природним середовищем для розвитку мультимедійної журналістики. Саме інтернет-платформи забезпечили технічну можливість поєднання різних форматів, миттєвого оновлення інформації,

нелінійної навігації та інтерактивності. На відміну від традиційних ЗМІ, онлайн-медіа не обмежені часовими чи просторовими рамками, що дозволяє створювати великі за обсягом аналітичні матеріали, доповнені мультимедійними елементами. У результаті формується новий тип журналістського продукту: мультимедійний лонгрід, спецпроєкт або інтерактивне дослідження [17, с. 26].

Аналітичні формати в межах мультимедійної журналістики відіграють особливу роль, адже вони спрямовані не лише на фіксацію фактів, а на їх осмислення, інтерпретацію та пояснення причинно-наслідкових зв'язків. В умовах війни аналітична журналістика стає необхідною для розуміння складних політичних, військових, соціальних та економічних процесів. Мультимедійні аналітичні матеріали дозволяють подати таку інформацію доступно й переконливо, поєднуючи раціональний аналіз із візуальними та емоційними елементами.

Одним із ключових аналітичних форматів мультимедійної журналістики є лонгрід – великий за обсягом текстовий матеріал, структурований за допомогою мультимедійних вставок. Лонгріди часто використовуються для глибокого аналізу воєнних подій, історій очевидців, розслідувань воєнних злочинів або пояснення стратегічних рішень. У таких матеріалах текст зазвичай поєднується з картами бойових дій, хронологією подій, відеосвідченнями та фотодокументацією, що значно підсилює аналітичний ефект [12]. Погоджуємося з цією думкою, оскільки поєднання різних мультимедійних елементів забезпечує більш повне розкриття теми та сприяє глибшому розумінню подій аудиторією.

Важливим елементом мультимедійних аналітичних форматів є інфографіка. В умовах війни вона використовується для візуалізації складних статистичних даних: кількості обстрілів, переміщення військ, гуманітарних втрат, економічних показників. Інфографіка дозволяє спростити сприйняття великих масивів інформації та зробити аналітичний матеріал зрозумілим для широкої аудиторії. Отже, використання інфографіки в аналітичних матеріалах не лише спрощує сприйняття інформації, а й підсилює аргументаційну складову журналістського аналізу [5]. На нашу думку, інфографіка є одним із

найефективніших інструментів візуалізації даних, оскільки дозволяє швидко сприймати складну інформацію та робить аналітичні матеріали більш доступними для аудиторії.

Не менш важливою ознакою мультимедійної журналістики є інтерактивність. Користувач отримує можливість не лише споживати інформацію, а й взаємодіяти з нею: переглядати різні рівні даних, обирати траєкторію читання, переходити за гіперпосиланнями, аналізувати карти або таймлайни. Така взаємодія змінює роль аудиторії – вона стає активним учасником комунікаційного процесу. В аналітичних матеріалах про війну це сприяє глибшому усвідомленню подій і формуванню критичного мислення [4]. Погоджуємося з цією позицією, оскільки мультимедійні формати дають змогу аудиторії отримувати більш повне уявлення про події та самостійно аналізувати інформацію.

Водночас трансформується і роль журналіста, який у мультимедійному середовищі виступає не лише автором тексту, а координатором мультимедійного проєкту. На думку українських дослідників, «сучасний журналіст має поєднувати аналітичне мислення з навичками роботи з візуальними матеріалами, даними та цифровими інструментами, що є особливо важливим в умовах війни» [11]. Такий підхі є обґрунтованим, адже сучасний журналіст повинен володіти не лише навичками створення текстового контенту, а й умінням працювати з різними мультимедійними інструментами.

Цифрові платформи надають можливості для взаємодії з аудиторією – через голосування, опитування, коментарі, що перетворює споживача інформації на активного учасника медіапроцесу [11]. Погоджуємося з думкою дослідника оскільки інтерактивність є однією з ключових характеристик сучасної мультимедійної журналістики.

У контексті сучасних онлайн-медіа мультимедійна журналістика також виконує важливу функцію довіри та документування реальності. Поєднання різних форматів дозволяє підтверджувати інформацію з кількох джерел: текстове пояснення підкріплюється відеодоказами, фотоматеріалами,

аудіосвідченнями. В умовах інформаційної війни та поширення дезінформації це набуває особливого значення, адже мультимедійні аналітичні матеріали можуть слугувати інструментом протидії фейкам і маніпуляціям [12]. Вважаємо цю тезу особливо актуальною в умовах війни, коли перевірка інформації та підтвердження фактів набувають першочергового значення.

На відміну від традиційної журналістики, яка передбачає лінійну подачу матеріалу та пасивну роль аудиторії, мультимедійна журналістика орієнтована на нелінійне сприйняття інформації та активну взаємодію користувача з контентом. Це дозволяє не лише інформувати, а й залучати аудиторію до процесу аналізу подій, що особливо важливо в умовах війни та інформаційного протистояння [14, с. 94]. Отже, погоджуємося з цією позицією щодо визначальних ознак мультимедійної журналістики, оскільки вона враховує не лише поєднання різних медіаформатів, а й активну роль аудиторії у сприйнятті контенту. Саме таке розуміння поняття покладено в основу цього дослідження.

Таким чином, мультимедійна журналістика як феномен сучасних онлайн-медіа є складним і багатовимірним явищем, що поєднує технологічні можливості цифрового середовища з аналітичними завданнями журналістики. Вона формує нові підходи до створення медіаконтенту, змінює роль журналіста та аудиторії, а також відкриває широкі можливості для глибокого осмислення подій війни. Аналітичні формати мультимедійної журналістики стають одним із ключових інструментів інформування суспільства в кризових умовах, забезпечуючи комплексне, доказове та зрозуміле висвітлення воєнної реальності. Подальший аналіз особливостей мультимедійної журналістики в умовах війни потребує розгляду конкретних форматів та практик їх реалізації в сучасних онлайн-медіа.

1.2. Вплив війни на трансформацію журналістського контенту та форматів

Війна як масштабне суспільно-політичне явище неминуче впливає на всі сфери життя, зокрема на інформаційний простір і журналістську діяльність. У воєнних умовах журналістика перестає бути лише засобом інформування та набуває стратегічного значення, виконуючи функції формування громадської думки, збереження суспільної стабільності, протидії дезінформації та фіксації історичної реальності. Саме тому війна стає потужним чинником трансформації журналістського контенту, оскільки змінює не лише тематичні пріоритети медіа, а й формати подачі інформації, професійні стандарти та роль журналіста в суспільстві [1]. Погоджуємося з цим твердженням, оскільки воєнні події суттєво впливають на зміст і форми журналістської діяльності, зумовлюючи потребу в оперативному та відповідальному висвітленні інформації.

У періоди збройних конфліктів медіапростір перетворюється на арену інформаційного протистояння, де журналістика виконує функції інформування, пояснення та формування суспільного розуміння подій. Як зазначає М. Кастельс, «у кризових ситуаціях комунікація стає формою влади, а медіа відіграють ключову роль у конструюванні соціальної реальності та протидії маніпуляціям» [22]. Позиція дослідника є актуальною для цього дослідження, адже в умовах війни медіа правді стають важливим інструментом формування суспільного сприйняття подій.

Однією з ключових змін, спричинених війною, є переорієнтація журналістського контенту з розважально-інформаційного на суспільно значущий, аналітичний і пояснювальний. Якщо в мирний час значна частина медіапростору заповнюється легким контентом, орієнтованим на дозвілля аудиторії, то в умовах війни пріоритет надається матеріалам, які допомагають громадянам орієнтуватися в складній та динамічній реальності. Зростає попит на аналітику, коментарі експертів, пояснення військово-політичних процесів, а також на матеріали, що розкривають соціальні, економічні та гуманітарні наслідки війни [30]. На нашу думку, така тенденція свідчить про потребу

аудиторії не лише в отриманні новин, а й у глибокому розумінні причин і наслідків суспільних процесів.

Така трансформація зумовлена потребою суспільства в поясненні складних і травматичних подій. Як наголошує Б. Зелайзер «воєнна журналістика завжди поєднує інформативну та меморіальну функції, фіксуючи події не лише для поточного споживання, а й для колективної пам'яті» [32]. Погоджуємося з цією позицією, оскільки журналістські матеріали воєнного часу виконують не лише інформаційну, а й історико-документальну функцію.

Війна також змінює тематичну структуру журналістського контенту. На перший план виходять теми безпеки, оборони, міжнародної підтримки, внутрішньої єдності суспільства, діяльності державних інституцій та волонтерського руху. Водночас журналісти дедалі частіше звертаються до персоналізованих історій: розповідей очевидців, військових, переселенців, медиків, волонтерів. Такі матеріали дозволяють поєднати аналітичний підхід із людським виміром війни, що сприяє глибшому емоційному залученню аудиторії та формуванню емпатії. За спостереженням С. Аллана, такі «матеріали підсилюють довіру аудиторії та сприяють емоційному й критичному осмисленню подій війни» [20, с. 47]. Вважаємо це твердження обґрунтованим, адже поєднання аналітики з особистими історіями допомагає аудиторії глибше усвідомити людський вимір війни та її наслідки.

Суттєвих змін зазнають і формати журналістського контенту. В умовах війни традиційні жанри – новина, репортаж, інтерв'ю не зникають, проте трансформуються та поєднуються з мультимедійними елементами. Зростає роль мультимедійних форматів, які дозволяють комплексно відображати події та надавати аудиторії більше контексту. Журналістські матеріали дедалі частіше набувають вигляду мультимедійних лонгрідів, спецпроєктів, інтерактивних досліджень, що поєднують текст, відео, фото, інфографіку та інтерактивні інструменти.

Композиційна складність – це те, що відрізняє глибоку аналітику від оперативної новини. Зідно з висновками Я. Яненка, ефективність

мультимедійного лонгріду залежить від балансу між вербальним та невербальним контентом. Автор класифікує структурні елементи (аудіоподкасти, слайд-шоу, інтерактивні карти, відеоінтерв'ю), які в синергії допомагають утримувати увагу аудиторії та розкривати тему системно [18]. Сьогодні цей підхід масштабувався: аналітична подача інформації під час війни вимагає використання цих компонентів для реконструкції складних воєнних процесів та спростування маніпулятивних ворожих наративів.

Ефективність сучасного аналітичного мультимедійного лонгріду на воєнну тематику залежить від його структурно-композиційного балансу. Проте, інтегруючи у такий формат свідчення очевидців та візуальні дані з мережі, редакція стикається з викликом їхньої правдивості. Це переміщує фокус уваги на редакторську верифікацію користувацького контенту як на невіддільну частину аналітичної обробки інформації [8, с. 183].

Особливе значення в умовах війни мають аналітичні формати журналістики. Аналітичний матеріал дозволяє не лише повідомляти про факт, а й пояснювати його причини, можливі наслідки та місце в ширшому контексті воєнних подій. Такі матеріали сприяють формуванню критичного мислення аудиторії, що є надзвичайно важливим у період інформаційного протистояння та активного поширення фейків. У цьому контексті аналітична журналістика стає інструментом інформаційної безпеки. Як зазначає Дж. Павлік «цифрові технології сприяють появі складних мультимедійних форм, які д озволяють поєднувати аналітичний текст із візуальними та інтерактивними компонентами» [27, с. 61].

Війна також стимулює розвиток форматів візуалізації даних та дата-журналістики. Значні обсяги інформації: статистика втрат, обстрілів, переміщення населення, економічних показників потребують зрозумілої та наочної подачі. Інфографіка, інтерактивні карти, таймлайни дозволяють структурувати складні дані й зробити їх доступними для широкої аудиторії. Такі формати не лише інформують, а й підсилюють аналітичну складову журналістського контенту.

Важливою трансформацією є зростання ролі оперативності та мобільності журналістського контенту. В умовах війни інформація швидко втрачає актуальність, тому онлайн-медіа активно використовують формати коротких повідомлень, live-блогів, оновлюваних стрічок новин, соціальних мереж і месенджерів. Водночас це створює додаткові виклики, пов'язані з перевіркою фактів і відповідальністю за поширення інформації. Журналісти змушені балансувати між швидкістю публікації та достовірністю даних [30].

Суттєво змінюється і стиль подачі журналістського контенту. У воєнних умовах журналістика стає більш стриманою, відповідальною та етично виваженою. Обмежується використання сенсаційності, емоційної гіперболізації, а також деталей, які можуть завдати шкоди безпеці або психологічному стану аудиторії. Це зумовлює переосмислення журналістських стандартів і посилення уваги до професійної етики, зокрема щодо роботи з травматичними темами [16, с. 310-317].

Війна впливає і на структуру взаємодії між журналістом та аудиторією. Аудиторія стає активнішим учасником інформаційного процесу: користувачі коментують матеріали, діляться власним досвідом, надсилають фото- та відеосвідчення. Це сприяє розвитку партисипативної журналістики, однак водночас потребує ретельної верифікації користувацького контенту. Таким чином, трансформація форматів супроводжується зростанням відповідальності редакцій за достовірність і безпеку інформації [30].

Українські та європейські дослідники дедалі частіше наголошують на різниці між медійною верифікацією (захистом репутації) та фактчекінгом (аналізом маніпуляцій). Головним викликом сьогодення стать синтетичні медіа. Через ефект «дивіденду брехуна» зловмисники легко дискредитують навіть реальні докази та слова очевидців [25]. Саме тому індустрія має еволюціонувати через базове спростування брехні та створення системної побудови комплексної архітектури автентичності.

Дослідження у сфері теорії медіа пропонують дві альтернативні парадигми сприйняття верифікації інформації (зокрема користувацької). Перша долає

традиційний спрощений підхід, де контент ділять виключно на фейк та істину. Зокрема, акцентується на не лінійності сучасного медіа потоку, де журналіст дешифрує комплекс емоцій, контекстів та намірів, що стоять за повідомленням [31]. Це перетворює верифікацію з механічного акту на тонку етичну взаємодію професійних акторів із соціумом. Друга парадигма доповнює тезу, вказуючи, що перевірка вмісту – це не стільки технічний регламент, скільки стратегічний шлях до відновлення довірливого діалогу з аудиторією [19].

Професійна нестабільність створює жорсткі часові рамки, що заважає журналістам ефективно верифікувати користувацький контент. Відтак, процес перевірки інформації трансформується з суто етичного обов'язку на економічно детерміновану практику. За такого підходу якість опублікованого матеріалу стає прямим наслідком фінансової стабільності та соціальних гарантій журналіста [23].

Попри те, що цифрові технології максимізували доступність даних, зворотним боком цього процесу стало значне зростання вартості та трудомісткості їхнього безпечного опрацювання.

Аналітичний аспект функціонування мультимедійних медіа під час повномасштабної війни виявляється у переході до так званого «спільного підходу» журналістики та правозахисного сектору. Дослідник С. Мірошніченко стверджує, що опрацювання цифрових доказів та верифікація інформації в межах цифрової журналістики стають базисом для розслідувальних медіапроєктів. У таких умовах подача аналітичного мультимедійного матеріалу трансформується. Візуальні компоненти (карти, супутникові знімки, тайм лайни) виконують не девелоперсько-декоративну роль, а слугують верифікованими елементами доказової бази [7].

Подача аналітичної інформації в мультимедійних медіа під час війни нерозривно пов'язані з безпековими та етичними стандартами. К. Назаренко обґрунтовує, що верифікація користувацького контенту є безперервною діяльністю редактора, яка охоплює перевірку самого джерела, геолокацію та хроноструктуру матеріалу [8, с. 182]. Для мультимедійної журналістики часів

повномасштабного вторгнення цей алгоритм є критичним: аналітичний матеріал (наприклад, інтерактивна карта бойових дій чи відеорозслідування) може вважатися якісним лише тоді, коли кожен залучений елемент верифікації користувацького контенту пройшов крізь систему редакторського контролю [8, с. 184-186].

Окремо слід наголосити на документальній функції журналістського контенту в умовах війни. Матеріали, створені журналістами, стають джерелом історичної пам’яті, свідченням воєнних подій та соціальних процесів. Мультимедійні формати дозволяють зафіксувати війну в її багатовимірності через тексти, зображення, звук і відео, що має важливе значення не лише для сучасників, а й для майбутніх дослідників [14, с. 14].

Таким чином, війна є потужним каталізатором трансформації журналістського контенту та форматів. Вона змінює тематичні пріоритети, підсилює аналітичну складову журналістики, стимулює розвиток мультимедійних і інтерактивних форматів, а також підвищує вимоги до професійної відповідальності журналістів. У результаті журналістський контент в умовах війни набуває комплексного характеру, поєднуючи інформування, аналіз, документування та суспільну мобілізацію, що підтверджує ключову роль журналістики в кризових і воєнних умовах.

Теоретичний аналіз також засвідчив, що мультимедійна журналістика в умовах війни трансформується у високотехнологічний, інтерактивний інструмент інформаційної безпеки та документалістики. Забезпечує суспільство доказовим, комплексним і верифікованим аналітичним контентом. Цей аспект є критично важливим для протидії дезінформації в кризовий період.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ПРОЄКТУ

2.1. Концепція, актуальність і унікальність творчого проєкту

Творчий мультимедійний проєкт «Особливості мультимедійної журналістики в Україні під час війни: аналітичний аспект подачі інформації» спрямований на комплексне дослідження трансформації української онлайн-журналістики в умовах повномасштабної війни та аналіз сучасних форматів аналітичного контенту з використанням мультимедійних інструментів.

Основна концепція проєкту ґрунтується на поєднанні аналітичної журналістики з мультимедійними формами подачі інформації, зокрема текстами, фотографіями, відео, інфографікою, інтерактивними елементами та соціальними платформами. Ідея полягає в демонстрації того, яким чином провідні українські онлайн-медіа адаптували свої редакційні стратегії до воєнних реалій, зберігаючи баланс між оперативністю інформування, глибиною аналізу та дотриманням етичних стандартів журналістики.

Проєкт зосереджується не на новинному контенті, а саме на аналітичних матеріалах, що пояснюють причини, перебіг і наслідки воєнних та суспільно-політичних процесів, використовуючи потенціал мультимедійності для глибшого осмислення подій.

Актуальність проєкту зумовлена суттєвими змінами українського інформаційного ринку в умовах війни. Повномасштабне вторгнення Російської Федерації трансформувало роль журналістики: вона стала не лише джерелом оперативної інформації, а й важливим інструментом протидії дезінформації, формування суспільної стійкості, національної ідентичності та міжнародної підтримки України.

Мультимедійна аналітична журналістика в цей період набуває особливого значення, оскільки дозволяє:

- систематизувати великі масиви інформації;

- пояснювати складні воєнні, політичні та економічні процеси;
- візуалізувати дані для кращого сприйняття аудиторією;
- сприяти формуванню критичного мислення.

У межах проєкту здійснено аналіз мультимедійних аналітичних матеріалів українських онлайн-видань «Українська правда» [15], «Суспільне» [13], NV.ua [26] та Babel [21], опублікованих у період січня 2021 року та січня 2025 року. До вибірки увійшли лонгріди, спецпроєкти та аналітичні публікації, що містять мультимедійні елементи та відображають трансформацію журналістських форматів в умовах війни.

Нижче наведено таблицю 2.1, у якій представлено основні моделі мультимедійної журналістики, ключові інструменти та особливості аналітичної подачі матеріалів у провідних українських онлайн-виданнях під час війни.

Таблиця 2.1 – Моделі мультимедійної журналістики провідних українських онлайн-видань під час війни

Видання	**Модель мультимедіа**	**Ключові інструменти**	**Особливості аналітики**
Українська правда	Аналітично-пояснювальна	Інфографіка, карти, таймлайни, фото, відео	Пояснювальна журналістика, логічна структура, експертні коментарі
Суспільне	Суспільно відповідальна	Відео, документальні формати, подкасти, фото	Достовірність, етичність, пояснення соціальних та гуманітарних аспектів
NV.ua	Візуально орієнтована, data-журналістика	Графіки, схеми, інтерактивні карти, відео	Аналітика на основі даних, авторські колонки, мультиплатформність
Babel	Наративна, сторітелінгова	Лонгріди, ілюстрації, інтерактивні блоки	Контекстуалізація подій, доступна подача, поєднання аналітики та візуальної культури

У межах проєкту проаналізовано мультимедійні матеріали таких авторитетних українських медіа, як «Українська правда», «Суспільне», NV.ua та Babel. Ці видання обрано невипадково, адже вони репрезентують різні моделі

мультимедійної журналістики. Онлайн-видання «Українська правда» [15] (Додаток А) є одним із провідних прикладів розвитку аналітичної мультимедійної журналістики в Україні під час війни.

Видання зосереджується не лише на оперативному інформуванні, а й на глибокому поясненні суспільно-політичних та воєнних процесів, що відбуваються в країні. У мультимедійних матеріалах «Української правди» [15] домінує аналітичний текст, який доповнюється інтерактивними та візуальними елементами. Широко використовуються інфографіки, карти бойових дій, таймлайни подій, вбудовані відео та фото з місця подій.

Такі мультимедійні елементи виконують не декоративну, а пояснювальну функцію, вони допомагають читачеві краще зрозуміти складні військові та політичні процеси. Особливістю подачі матеріалів є активне використання форматів пояснювальної журналістики (explanatory journalism).

Аналітичні статті часто містять блоки «що відомо», «чому це важливо», «які наслідки це матиме», що підсилює логічну структуру матеріалу.

Також важливу роль відіграють експертні коментарі, зокрема військових аналітиків, політологів та економістів, які інтегруються безпосередньо в мультимедійний контент. Таким чином, «Українська правда» демонструє приклад мультимедійної аналітики, де всі елементи текст, візуалізація та дані працюють на формування цілісної аналітичної картини війни.

«Суспільне» (Додаток Б) як суспільний мовник України формує власну модель мультимедійної журналістики, засновану на принципах достовірності, збалансованості та етичної відповідальності. У воєнний період це видання особливу увагу приділяє перевірці інформації та коректності візуального контенту.

Мультимедійні матеріали «Суспільного» [13] поєднують текстові аналітичні публікації, відеорепортажі, документальні формати, подкасти та прямі включення.

На відміну від комерційних медіа, тут простежується стриманіша візуальна подача: інфографіка використовується мінімалістично, без надмірної емоційності, що відповідає стандартам суспільного мовлення.

Аналітичний аспект проявляється через пояснювальні матеріали, які розкривають соціальні, гуманітарні та правові наслідки війни. Значну роль відіграють формати «запитання – відповідь», тематичні довідки та спеціальні проєкти, спрямовані на роз'яснення складних тем, таких як мобілізація, міжнародна допомога, внутрішньо переміщені особи чи відбудова країни. Окрему увагу «Суспільне» приділяє регіональному контенту, що супроводжується фото- та відеоматеріалами з місць подій. Це дозволяє поєднати загальнонаціональну аналітику з локальними історіями, посилюючи довіру аудиторії.

Онлайн-видання NV.ua (Додаток В) репрезентує модель сучасної цифрової мультимедійної журналістики з акцентом на візуалізацію аналітики та авторські формати. Під час війни NV.ua активно розвиває аналітичні колонки, спецпроєкти та інтерактивні матеріали. Мультимедійна складова NV.ua [26] вирізняється якісним дизайном, активним використанням графіків, схем, інтерактивних карт та відео.

Аналітичні матеріали часто базуються на даних (data journalism): статистиці втрат, економічних показниках, обсягах міжнародної допомоги, що подаються у зрозумілій візуальній формі. Особливу роль відіграють авторські колонки експертів, які поєднують суб'єктивну оцінку з фактологічною базою. Такі матеріали зазвичай мають мультимедійний супровід у вигляді графіків або візуальних цитат, що підсилює аналітичний ефект. NV.ua також активно використовує відеоаналітику, зокрема інтерв'ю, студійні обговорення та пояснювальні відео, які адаптовані для поширення в соціальних мережах. Це дозволяє розширювати аудиторію та забезпечувати мультиплатформність контенту.

Видання Babel (Додаток Г) вирізняється оригінальним підходом до мультимедійної журналістики, поєднуючи аналітику зі сторітелінгом. Під час

війни Babel активно використовує формат лонгрідів, у яких текстова аналітика доповнюється авторськими ілюстраціями, інтерактивними блоками та візуальними акцентами.

Мультимедійні матеріали Babel мають чітку структурну організацію: короткі абзаци, підзаголовки, візуальні вставки та пояснювальні блоки, що сприяє легкому сприйняттю складної інформації. Інфографіка та ілюстрації виконують не лише інформаційну, а й наративну функцію, вони допомагають вибудувати історію.

Аналітичний аспект у матеріалах Babel [21] проявляється через контекстуалізацію подій: журналісти пояснюють передумови, міжнародний контекст та можливі наслідки подій. Часто використовуються формати «пояснюємо просто» або «коротко і зрозуміло», що робить аналітичний контент доступним для молодшої аудиторії. Унікальністю Babel є поєднання візуальної культури, авторського стилю та глибокої аналітики, що вирізняє його серед інших українських онлайн-медіа.

Отже, аналіз мультимедійних матеріалів «Української правди», «Суспільного», NV.ua та Babel свідчить про формування різних моделей мультимедійної аналітичної журналістики в умовах війни від пояснювальної та суспільно відповідальної до візуально орієнтованої й наративної. Це підтверджує, що мультимедійність стала ключовим інструментом осмислення війни в українському інформаційному просторі.

На відміну від уже наявних медіадосліджень, які здебільшого зосереджуються на новинному контенті або загальних тенденціях цифрової журналістики, даний творчий проєкт вирізняється: фокусом саме на аналітичному контенті, а не оперативних новинах; комплексним підходом, що поєднує теоретичний аналіз і практичне дослідження реальних мультимедійних матеріалів; порівняльним аналізом різних редакційних моделей у межах одного інформаційного простору; акцентом на функціональній ролі мультимедіа (пояснювальній, аналітичній, наративній), а не лише на їхній візуальній привабливості.

Унікальність проєкту полягає в дослідженні мультимедійної журналістики в умовах війни як окремого феномену сучасного українського медіапростору. Особливу увагу приділено тому, як мультимедійні інструменти використовуються для: пояснення складних тем; формування довіри аудиторії; поєднання аналітики, даних і візуального сторітелінгу.

Таким чином, творчий мультимедійний проєкт має науково-практичну та суспільну цінність, оскільки сприяє глибшому розумінню ролі української журналістики в умовах війни та демонструє потенціал мультимедійних форматів для якісної аналітичної подачі інформації.

2.2. Цільова аудиторія та позиціонування проєкту в медіапросторі

Визначення цільової аудиторії та чітке позиціонування творчого мультимедійного проєкту в сучасному медіапросторі є ключовими чинниками його ефективності, особливо в умовах воєнного стану та високої конкуренції в інформаційному середовищі. Війна істотно змінила інформаційні потреби суспільства, що зумовило трансформацію аудиторних запитів, форматів споживання контенту та критеріїв довіри до медіа. Цільова аудиторія творчого мультимедійного формується з урахуванням як професійних, так і соціально-демографічних характеристик.

Передусім проєкт орієнтований на активних споживачів аналітичного медіаконтенту, які зацікавлені в глибшому осмисленні воєнних, політичних, соціальних та інформаційних процесів в Україні. Йдеться про аудиторію, яка не обмежується поверхневим споживанням новин, а прагне розуміти причини подій, їхній контекст і можливі наслідки.

За віковим критерієм цільову аудиторію проєкту становлять переважно особи молодшого та середнього віку (18-55 років). Саме ця вікова група демонструє найвищий рівень активності в цифровому середовищі, систематично споживає онлайн-контент, використовує мобільні пристрої та соціальні мережі, а також надає перевагу інтегрованим мультимедійним форматам, що поєднують текст, відео та графічну візуалізацію.

З погляду освітнього рівня, цільова аудиторія характеризується наявністю середньої спеціальної та вищої освіти, що зумовлює її готовність до сприйняття аналітичних матеріалів, професійної термінології та складних міждисциплінарних тем. Водночас проєкт не обмежується виключно академічним середовищем, а орієнтований на ширше коло соціально активних і свідомих громадян, зацікавлених у критичному осмисленні медіаконтенту та суспільних процесів.

Для конкретизації аудиторних характеристик доцільно звернутися до узагальненого профілю аудиторії провідних українських онлайн-медіа, матеріали яких аналізуються в межах проєкту (рис. 2.1).

Наведені дані (рис. 2.1) свідчать, що всі чотири видання мають переважно молодшу та середньовікову аудиторію, що підтверджує актуальність орієнтації проєкту саме на віковий сегмент 18-55 років. Наймолодшу аудиторію демонструє видання Babel, що пояснюється активним використанням сторітелінгових та візуально орієнтованих форматів. Водночас «Українська правда» та NV.ua мають вищу частку регулярних споживачів аналітичного контенту.

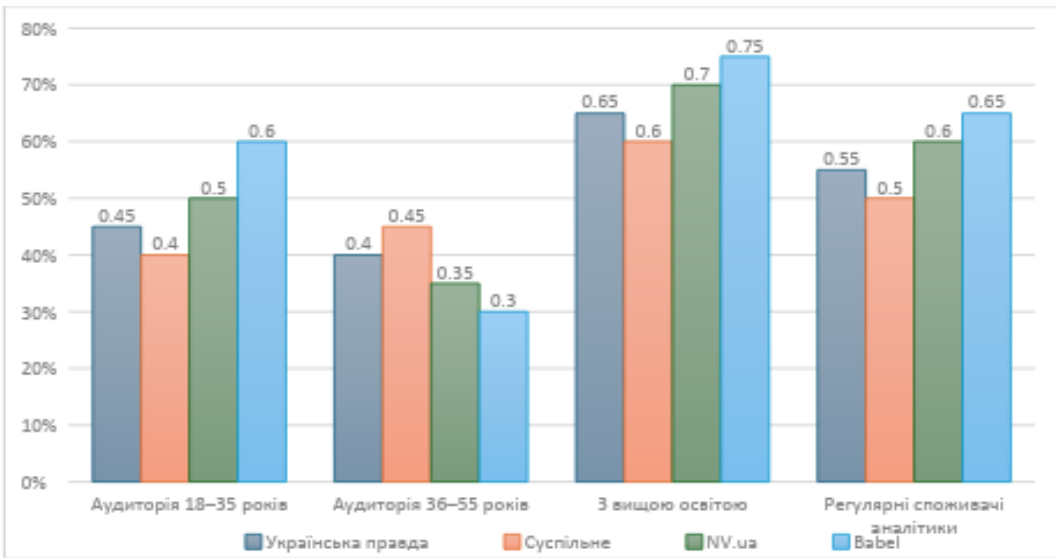


Рисунок 2.1 – Узагальнений профіль аудиторії провідних онлайн-медіа, %

Високий відсоток аудиторії з вищою освітою у всіх проаналізованих медіа свідчить про сформований запит на якісну аналітику та глибоке осмислення подій, що безпосередньо відповідає концепції творчого мультимедійного проєкту. Таким чином, аудиторний профіль провідних українських онлайн-видань підтверджує обґрунтованість вибору цільової аудиторії та ефективність позиціонування проєкту як аналітично-дослідницького й освітнього продукту.

Окрему частину цільової аудиторії становлять представники професійних спільнот, для яких проєкт має прикладне та навчальне значення (рис. 2.2):

1. Студенти та викладачі факультетів журналістики, медіакомунікацій, політології та соціології, які можуть використовувати матеріали проєкту як навчальний та дослідницький ресурс.

2. Журналісти-практики та редактори, зацікавлені в аналізі успішних кейсів мультимедійної журналістики в умовах війни.

3. Медіадослідники та аналітики, які вивчають трансформацію інформаційного простору України під впливом воєнних викликів.

4. Громадські активісти та працівники неурядових організацій, для яких важливе розуміння механізмів формування суспільної думки через медіа.



Рисунок 2.2 – Представники професійних спільнот

Для цих груп проєкт позиціонується не лише як інформаційний, а й як аналітично-освітній продукт, що поєднує теоретичні підходи з аналізом реальних медіапрактик.

Воєнний контекст суттєво змінив інформаційні потреби аудиторії. Якщо в мирний час домінували розважальні та лайфстайл-формати, то в умовах війни на перший план вийшли:

- потреба в достовірній та перевіреній інформації;
- бажання отримувати пояснення складних процесів;
- запит на аналітику, а не лише новини;
- інтерес до візуалізованих даних, які полегшують сприйняття інформації в умовах інформаційного перевантаження.

Позиціонування творчого проєкту визначається як аналітично-дослідницьке та пояснювальне. Воно не конкурує з новинними ресурсами за швидкість подачі інформації, а займає нішу метажурналістського контенту, що аналізує самі медіа та їхні практики. У медіапросторі проєкт функціонує як

аналітичний продукт, орієнтований на осмислення ролі мультимедійної журналістики під час війни, а також як освітній ресурс, корисний для студентів і викладачів.

Крім того, проєкт є платформою для критичного аналізу медіаконтенту, сприяючи підвищенню медіаграмотності користувачів. Важливою складовою позиціонування є акцент на український контекст, що відрізняє проєкт від загальнотеоретичних досліджень мультимедійної журналістики та підкреслює його практичну значущість для національного медіапростору.

В умовах сучасного українського медіапростору, що характеризується високою конкуренцією за увагу аудиторії та інформаційним перенасиченням, просування аналітичного мультимедійного контенту набуває стратегічного значення. Досвід провідних українських онлайн-медіа: «Української правди», «Суспільного», NV.ua та Babel демонструє, що ефективна дистрибуція аналітичних матеріалів у період війни ґрунтується не на оперативності, а на довірі до бренду, якості пояснення та адаптивності мультимедійних форматів.

На відміну від новинних ресурсів, аналітичні матеріали мають довший життєвий цикл, тому їхнє просування орієнтоване на накопичення репутаційного капіталу, повторні перегляди та використання в освітньому й експертному середовищі. Саме такий підхід реалізують проаналізовані видання, кожне з яких застосовує власну модель дистрибуції аналітичного контенту.

Так, «Українська правда» просуває аналітичні матеріали через централізований вебресурс із чіткою тематичною структурою та активним залученням соціальних мереж для анонсування ключових тез, інфографіки та цитат експертів. «Суспільне» використовує кросплатформну модель, поєднуючи вебпублікації, відео, подкасти та соціальні мережі, що дозволяє охоплювати різні сегменти аудиторії та посилювати довіру до аналітичного контенту.

NV.ua зосереджується на цифровій аналітиці, персоналізації контенту та активному використанні авторських колонок як інструменту просування аналітики. Babel, своєю чергою, застосовує модель візуально орієнтованого

сторителінгу, адаптуючи складний аналітичний матеріал до форматів, зручних для споживання в соціальних мережах. Узагальнення особливостей просування аналітичного мультимедійного контенту подано в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Моделі просування аналітичного мультимедійного контенту провідних українських онлайн-медіа

Видання	**Модель просування**	**Основні канали дистрибуції**	**Ключові інструменти**	**Ефект для аудиторії**
Українська правда	Репутаційно-аналітична	Вебсайт, Facebook, Telegram	Інфографіка, таймлайни, експертні цитати	Високий рівень довіри, повторне звернення до матеріалів
Суспільне	Кросплатформна, суспільно-орієнтована	Вебресурс, YouTube, соцмережі, подкасти	Відеоаналітика, документальні формати, пояснювальні матеріали	Довготривала взаємодія, освітній ефект
NV.ua	Цифрово-аналітична	Вебсайт, соцмережі, e-mail-розсилки	Data-візуалізація, авторські колонки, відео	Висока залученість, персоналізація споживання
Babel	Візуально-сторітелінгова	Instagram, Facebook, вебсайт	Ілюстрації, інтерактивні блоки, лонгріди	Залучення молодшої аудиторії, доступність аналітики

Мультимедійність у зазначених моделях виконує не лише естетичну, а передусім просувальну та пояснювальну функцію, дозволяючи адаптувати аналітичний контент до різних платформ без втрати смислової глибини. Використання інфографіки, відео та інтерактивних елементів підвищує час взаємодії з матеріалом і сприяє кращому засвоєнню складної інформації.

Отже, аналіз моделей просування «Української правди», «Суспільного», NV.ua та Babel свідчить, що ефективна дистрибуція аналітичного мультимедійного контенту в умовах війни базується на чіткому позиціонуванні в аналітичній та освітній ніші, орієнтації на підготовлену аудиторію та поєднанні

репутаційного ресурсу з мультимедійними форматами. Такий підхід забезпечує стабільну аудиторну увагу, формування довіри та підвищення науково-практичної цінності аналітичного продукту.

Отже, визначення цільової аудиторії та чітке позиціонування творчого мультимедійного проєкту є ключовими факторами його ефективності в умовах воєнного стану та високої конкуренції в інформаційному середовищі. Проєкт орієнтований на активних споживачів аналітичного контенту, студентів, журналістів, медіадослідників та громадських активістів, поєднуючи теоретичний аналіз із практичним дослідженням мультимедійних матеріалів провідних українських медіа.

Він не конкурує з новинними ресурсами за швидкість подачі інформації, а займає нішу аналітично-дослідницького, освітнього та метажурналістського продукту, що сприяє критичному аналізу медіаконтенту, підвищенню медіаграмотності та глибокому осмисленню ролі мультимедійної журналістики в українському інформаційному просторі під час війни.

2.3. Формат, структура та змістове наповнення проєкту

Формат, структура та змістове наповнення творчого мультимедійного проєкту визначаються аналізом практик провідних українських онлайн-видань: «Української правди», «Суспільного», NV.ua та Babel, які в умовах повномасштабної війни сформували власні моделі аналітичної мультимедійної журналістики. Саме ці медіа репрезентують різні підходи до створення спецпроєктів і лонгрідів, що поєднують аналітичний текст із візуальними та інтерактивними елементами.

Формат творчого проєкту визначено як аналітичний мультимедійний спецпроєкт, структурований за принципами, які використовують досліджувані медіа. В основі формату: лонгріди та тематичні спецпроєкти, що дозволяють глибоко розкрити тему війни, не обмежуючись новинною подачею.

Порівняльний аналіз форматів до і після 2022 року показує суттєві зміни в підходах до мультимедійної журналістики. До 2022 року провідні онлайн-

видання переважно орієнтувалися на короткі новинні матеріали та обмежену аналітику, з мінімальним використанням інтерактивних та візуальних елементів. Наприклад, контекстний аналіз контенту «Української правди» за два періоди: 4 січня 2021 і 17 січня 2025, щоб простежити зміни в тематиках, акцентах і мультимедійності.

У перший розглянутий період (рис. 2.3) контент «Української правди» зосереджувався на поєднанні міжнародних подій, внутрішньої політики та соціально-економічних новин. За тематикою можна виділити кілька основних напрямів. Серед міжнародних новин найбільше уваги привертали події у США, зокрема переобрання спікера нижньої палати Конгресу та спроби Дональда Трампа вплинути на результати виборів у Джорджії, що становило близько 20-25 % добірки.

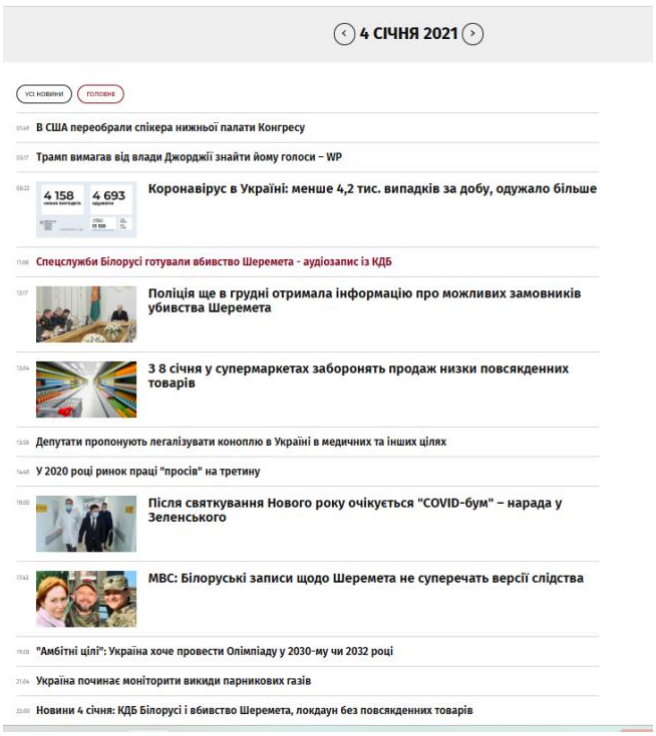


Рисунок 2.3 – Контент «Української правди» 4 січня 2021

Значну частину контенту займали новини про безпеку та війну, включно з повідомленнями про підготовку спецслужб Білорусі до вбивства Павла Шеремета або локальні атаки на українські регіони – близько 15-20 % матеріалів.

При цьому COVID-19 та питання охорони здоров’я мали менший відсоток, приблизно 10 %, але залишалися важливими для повного контексту подій. Новини внутрішньої політики та економіки, такі як скорочення ринку праці або пропозиції легалізації коноплі, також становили близько 10 % добірки.

Катастрофи та надзвичайні події, включно з локальними обмеженнями у супермаркетах, займали приблизно 15 %, а аналітичні та пояснювальні матеріали ще 10 %.

Таким чином, основний акцент контенту був на міжнародній політиці та безпеці, тоді як COVID-19 і внутрішні новини виступали другорядними, але важливими для створення цілісної інформаційної картини. При цьому подача залишалася переважно фактологічною, з наявністю цифр, дат і статистики, тоді як мультимедійні елементи (відео та фото) були представлені досить обмежено.

Географічно контент був розділений на кілька груп. Перш за все, це Україна, де висвітлювалися політичні, економічні та локальні кримінальні події. Окрему увагу приділено США та Європі з точки зору політики, санкцій та виборчих процесів. Також помітною була тематика, пов’язана з Білоруссю та діяльністю її спецслужб. Така комбінація українських та міжнародних новин формувала «глобально-локальну» перспективу, яка дозволяла читачеві отримати комплексне уявлення про події.

Щодо тональності, новини мали переважно фактологічний характер і базувалися на перевірених джерелах, таких як WP, МВС чи КДБ. Локальні кримінальні повідомлення та COVID-інформація подавалися без емоційного забарвлення, тоді як міжнародні та кризові новини містили більш виразні акценти, наприклад щодо вбивств або нападів. Новини були організовані хронологічно за часом публікації, що забезпечувало чітку структуру стрічки та легку орієнтацію для читача.

На 17 січня 2025 року (рис. 2.4) спостерігається суттєва зміна акцентів у контенті. Основною темою стали події, пов’язані з війною та безпекою, що відображає контекст постійного конфлікту. Війна та безпека займали від 35 до

40 % добірки, зокрема повідомлення про обстріли Запоріжжя, 144 боєзіткнення на фронті за добу та знищення 126 дронів ППО.

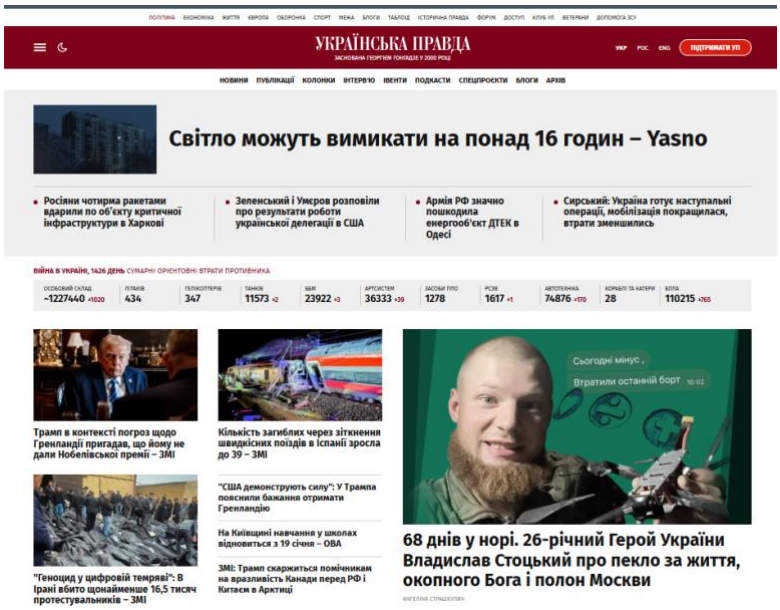


Рисунок 2.4 – Контент «Української правди» 17 січня 2025

Міжнародна політика становила близько 15–20 %, включаючи скликання позачергового саміту Євроради та заяви Трампа щодо Гренландії. Катастрофи та надзвичайні події, такі як пожежі в Чилі, вибух на заводі в Китаї та аварії поїздів в Іспанії, охоплювали близько 15 % матеріалів. Аналітичні та суспільно значущі повідомлення, наприклад про «геноцид у цифровій темряві» в Ірані та втрати РФ на фронті, складали ще 15 %. Менше уваги приділялося спорту та культурі (5 %) та економіці/екології (5 %).

Отже, порівняно з 2021 роком, основний акцент змістився на військову тематику, при цьому значно зросла аналітична складова і мультимедійність, зокрема активне використання фото, відео та інтерактивних елементів.

Географічно новини 2025 року розширили охоплення. Україна представлена повідомленнями про війну, оборону та загрозу балістичних ударів. Міжнародні події включають США, ЄС, Китай, Сирію, Іран, Чилі та Іспанію, що демонструє глобальний погляд. Окремо виділено Росію, як джерело військової

загрози та втрат на фронті. У порівнянні з 2021 роком, географічний фокус стає більш військово-геополітичним.

Тональність 2025 року має переважно фактологічно-аналітичний характер, із конкретними цифрами, точними даними про боєзіткнення та втрати техніки. Мультимедійні елементи набувають центрального значення, включаючи фото, відео та інтерактивні звіти.

Крім того, значна частина контенту подана у критичному контексті щодо міжнародних санкцій, дій РФ та соціальних криз. Таким чином, матеріали орієнтовані на підготовленого читача, здатного сприймати аналітичну інформацію і робити власні висновки.

Головна тенденція (табл. 2.3): від 2021 до 2026 року контент «Української правди» стає більш військово-аналітичним, мультимедійним і орієнтованим на глобальний конфлікт, тоді як у 2021 році переважав баланс між міжнародною політикою, внутрішніми новинами та економікою.

Таблиця 2.3 – Порівняльний контенту 2021-2025 років

Параметр	**2021**	**2025**
Основна тематика	Міжнародна політика, локальні події, COVID	Війна та безпека, міжнародна політика, аналітика
Акцент на цифрах	Помірний	Максимальний, деталізація втрат і статистики
Мультимедійність	Обмежена	Висока (відео, фото, інтерактив)
Географія	Україна + США/Європа	Україна + глобальний конфлікт і війна РФ
Тональність	Фактологічна, стримана	Аналітично-фактологічна, критична

Тож, після початку повномасштабної війни ключові трансформації включають:

- збільшення частки довгих аналітичних матеріалів (лонгріди, спецпроєкти);

- активне використання мультимедійних елементів: карти, таймлайни, інтерактивні графіки;

- поєднання аналітичного тексту з пояснювальними відео та фотоматеріалами;

- підвищення уваги до контекстуалізації подій та експертних коментарів;

- зростання ролі наративного підходу для підвищення емоційного та аналітичного сприйняття матеріалу.

У «Українській правді» [15] та NV.ua [26] лонгріди часто мають чітко виражену аналітичну спрямованість, поєднуючи розгорнутий текст із даними, картами та експертними коментарями. Babel використовує наративний формат лонгріду зі сторителінговою складовою, тоді як «Суспільне» застосовує формат спецпроєктів із домінуванням пояснювальної журналістики та документального підходу. Таким чином, формат проєкту є синтезом:

- аналітичного лонгріду («Українська правда», NV.ua);
- пояснювального мультимедійного спецпроєкту («Суспільне»);
- наративного мультимедійного сторителінгу (Babel).

Нижче наведено узагальнену таблицю 2.4, у якій систематизовано ключові особливості аналітичної подачі інформації у спецпроєктах і лонгрідах провідних українських онлайн-видань.

Таблиця 2.4 – Аналітична подача інформації у спецпроєктах і лонгрідах провідних українських онлайн-видань

Видання	Характер аналітики	Ключові особливості подачі
Українська правда	Пояснювальна, аналітично-логічна	Пояснення причин і наслідків подій, використання бекграунду, інтеграція експертних думок у текст
NV.ua	Дані та цифри, аналітика на основі статистики	Акцент на даних, порівняльний аналіз, візуалізація статистичної інформації
Суспільне	Стримана, збалансована	Пояснювальна журналістика, правовий та соціальний аналіз, уникання емоційної сенсаційності

Видання	Характер аналітики	Ключові особливості подачі
Babel	Контекстуальна, наративна	Подання через історії людей, пояснення ширших процесів, збереження аналітичної глибини

Аналіз спецпроєктів і лонгрідів провідних українських медіа (в табл. 2.4) показує, що аналітична подача інформації поєднує кілька спільних принципів. По-перше, усі видання дотримуються структурованості матеріалів, що дозволяє читачеві логічно сприймати інформацію. По-друге, вони застосовують контекстуалізацію, тобто подають події у ширшому соціально-політичному та історичному фоні. По-третє, ключовим є поєднання фактів і пояснень, що забезпечує аналітичну глибину та зрозумілість контенту.

У той же час кожне видання демонструє унікальні підходи до аналітики: «Українська правда» робить акцент на поясненні причин і наслідків та залученні експертів, NV.ua оперує даними та візуалізацією, «Суспільне» зберігає збалансовану і стриману подачу, а Babel поєднує контекстуальну аналітику з наративними історіями людей. Такий підхід дозволяє ефективно донести складну інформацію до різних категорій аудиторії та підвищити її аналітичне сприйняття.

Часто «Українська правда» [15] активно використовує мультимедійні інструменти з пояснювальною функцією. Найпоширенішими є: карти бойових дій, які дозволяють візуалізувати зміну фронту; таймлайни, що показують розвиток подій у часі; інфографіка, інтегрована безпосередньо в текст. Ефективність цих інструментів полягає в їх здатності спростити складну аналітичну інформацію та зробити її доступною для широкої аудиторії.

У «Суспільному» [13] мультимедійні інструменти виконують насамперед інформаційно-документальну функцію. Видання активно використовує: відеорепортажі та документальні формати; фотоматеріали з місць подій; інтерв’ю з експертами та очевидцями. Інтерактивні елементи застосовуються стримано, що відповідає стандартам суспільного мовлення та підсилює довіру до контенту.

NV.ua [26] вирізняється активним використанням візуалізації даних. У спецпроєктах і лонгрідах широко застосовуються:

- графіки та діаграми;
- інтерактивні карти;
- пояснювальні відео.

Ефективність цих інструментів полягає в можливості швидко донести складні аналітичні висновки, що особливо важливо в умовах інформаційного перевантаження.

Babel [21] використовує мультимедіа як частину наративної структури. Найбільш характерними є: авторські ілюстрації; візуальні цитати; інтерактивні вставки, що підтримують сторітелінг. У Babel мультимедіа не лише доповнюють текст, а формують цілісну історію, що підсилює аналітичне осмислення через емоційне залучення.

Порівняльний аналіз показує, що найбільш ефективними для висвітлення воєнних подій є:

- карти та хронології («Українська правда», NV.ua);
- відео з пояснювальним контекстом («Суспільне»);
- інфографіка та сторітелінг (Babel).

Спільною рисою є те, що мультимедійні інструменти працюють ефективно лише тоді, коли вони підсилюють аналітичний зміст, а не замінюють його.

Отже, формат, структура та змістове наповнення творчого мультимедійного проєкту, адаптовані до практик «Української правди», «Суспільного», NV.ua та Babel, демонструють різноманіття моделей аналітичної мультимедійної журналістики в Україні під час війни.

Аналіз цих медіа підтверджує, що спецпроєкти та лонгріди стали ключовими форматами для глибокого осмислення воєнних подій та формування критичного мислення аудиторії.

2.4. Мультимедійне оформлення, технічні засоби та просування

Мультимедійне оформлення, технічна реалізація та моделі просування визначають формально-змістову цілісність творчого мультимедійного проєкту та його здатність ефективно функціонувати в сучасному українському медіапросторі. Формування цих компонентів ґрунтується на аналізі редакційних практик провідних українських онлайн-медіа: «Української правди», «Суспільного», NV.ua та Babel, які в умовах війни виробили різні, але комплементарні моделі мультимедійної аналітичної журналістики.

Аналіз «Української правди» (рис. 2.5) показує, що в її аналітичних спецпроєктах мультимедійні елементи мають підпорядкований, пояснювальний характер. Видання послідовно використовує документальні фотографії, карти бойових дій, таймлайни та інфографіку, інтегровані безпосередньо в текст. Візуальне оформлення є стриманим, а основний акцент робиться на читабельності тексту та логічній структурі матеріалу. Цей підхід визначає орієнтацію проєкту на використання зображальних елементів як інструменту аналітичного пояснення, а не емоційного впливу.

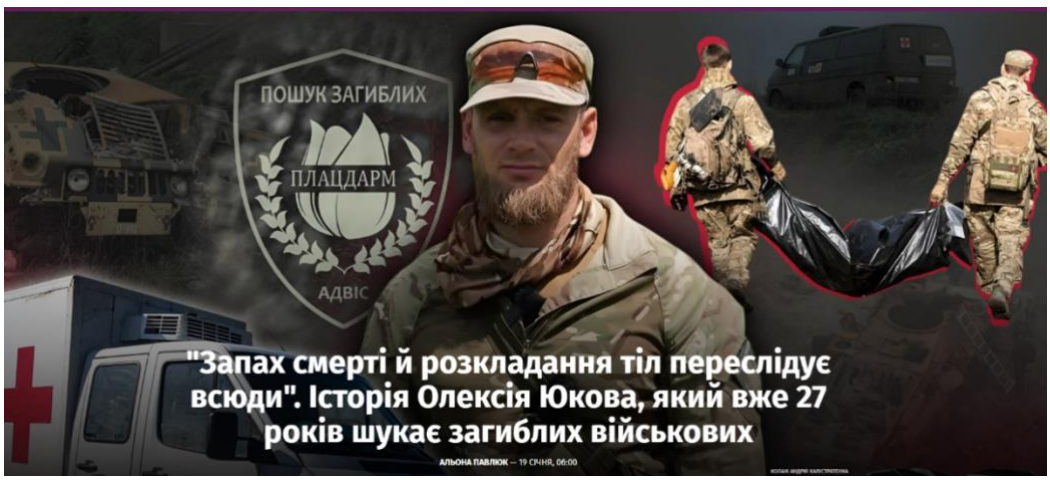


Рисунок 2.5 – Документальні фотографії «Української правди»

У «Суспільному» (рис. 2.6) мультимедійне оформлення підпорядковане стандартам суспільного мовлення. Фотографії та відеоматеріали виконують переважно документальну функцію й слугують підтвердженням фактів.

Інтерактивні елементи використовуються обмежено, що підсилює відчуття нейтральності та довіри. Для творчого проєкту це означає орієнтацію на етичну візуальну подачу, уникання сенсаційних образів і пріоритет змістової достовірності.



Рятувальники розбирають уламки багатоквартирного будинку в Полтаві 1 лютого 2025 року. У домі, в який влучила російська ракета Х-22, зруйновано всі п'ять поверхів одного під'їзду. Там загинули 14 людей, серед який троє дітей. В одній з квартир загинула ціла родина — батьки та дев'ятирічна дівчинка. Суспільне Полтава/Богдан Казирід

Рисунок 2.6 – Фотографії «Суспільного»

NV.ua (рис. 2.7) демонструє інший підхід: у його спецпроєктах мультимедіа є ключовим інструментом аналітики. Видання активно застосовує графіки, діаграми, інтерактивні карти та пояснювальні відео, що дозволяє швидко донести складні статистичні дані. Аналіз цієї практики обумовлює використання в проєкті розширеної інфографіки та візуалізації даних як способу структурування аналітичного матеріалу.

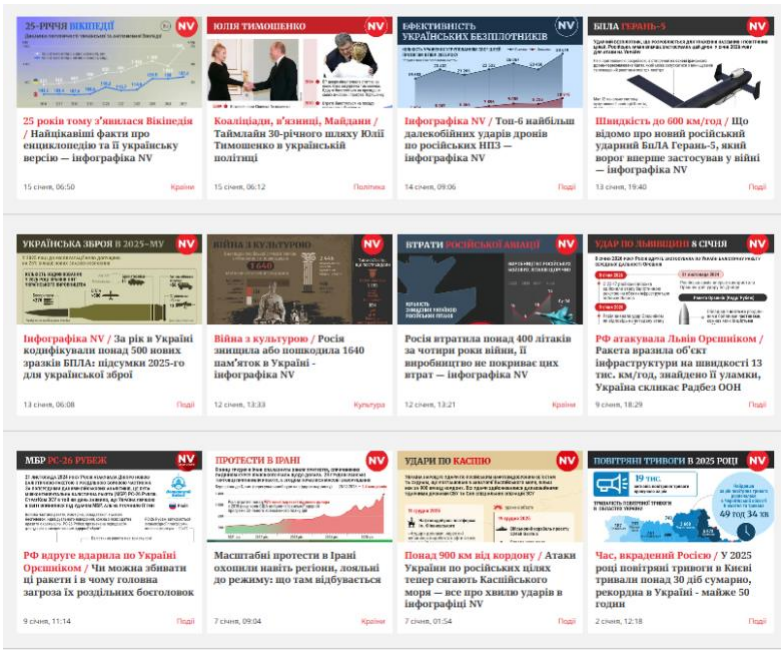


Рисунок 2.7 – Інфографіка NV

«Babel» (рис. 2.8) використовує мультимедійне оформлення як елемент наративу. Авторські ілюстрації, візуальні цитати та інтерактивні вставки формують цілісну історію, у якій мультимедіа не лише доповнюють текст, а стають частиною сторітелінгу. Цей підхід вплинув на використання в проєкті візуальних акцентів для підсилення аналітичного наративу та залучення читача.



Рисунок 2.8 – Авторські ілюстрації «Babel»

Відеоряд у творчому проєкті має допоміжний характер і використовується відповідно до практик «Суспільного» та «NV.ua»: це пояснювальні відео, інтерв'ю з експертами або фрагменти документальних матеріалів, інтегровані в текст. Для можливих радіо- чи телеверсій передбачено стримане музичне оформлення з нейтральним емоційним тлом, що відповідає стандартам суспільного мовлення та етичним нормам журналістики.

Технічна реалізація проєкту ґрунтується на цифрових рішеннях, типових для аналізованих медіа. «Українська правда» та «NV.ua» використовують CMS із розширеними можливостями інтеграції мультимедіа, тоді як «Суспільне» акцентує на стабільності платформи та доступності контенту. «Babel» демонструє ефективну інтеграцію авторського дизайну в стандартні цифрові інструменти.

Для реалізації творчого проєкту застосовуються:

- системи керування контентом (CMS);
- графічні редактори для створення інфографіки та візуалізацій;
- програми відеомонтажу та аудіообробки;
- платформи інтерактивної візуалізації даних (таймлайни, карти);
- засоби адаптивного вебдизайну.

Важливими є технічна оптимізація, швидкість завантаження мультимедійних елементів, логічна навігація та коректне відображення матеріалів на різних пристроях, що відповідає стандартам цифрових редакцій досліджуваних видань. «Українська правда» та NV.ua активно використовують соціальні мережі, кросплатформну дистрибуцію контенту та регулярні анонси матеріалів, що забезпечує стабільну присутність проєктів у медіапросторі та високий рівень залученості аудиторії. «Суспільне» робить акцент на інституційній довірі до бренду й інтеграції цифрового контенту з телевізійними та радіоплатформами, формуючи цілісну систему суспільного інформування. «Babel», у свою чергу, орієнтується на візуальні соціальні мережі та авторський стиль сторітелінгу, що сприяє формуванню лояльної аудиторії та емоційній залученості користувачів.

Узагальнення зазначених підходів дає змогу не лише окреслити відмінності у моделях просування, а й систематизувати використання основних мультимедійних елементів у воєнних спецпроєктах і лонгрідах провідних українських онлайн-видань. Порівняльний аналіз цих елементів, з урахуванням редакційних стратегій кожного медіа, представлено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Використання мультимедійних елементів у військових спецпроєктах провідних українських онлайн-видань

Мультимедійний елемент	**Українська правда**	**Суспільне**	**NV.ua**	**Babel**
Фотографії	Документальна функція	Документальна функція	Частина візуального дизайну	Інтеграція у сторітелінг
Відео	Пояснювальні відео, експертні коментарі	Відеорепортажі та інтерв'ю	Пояснювальні відео та аналітика	Використовується обмежено, перевага ілюстративним форматам
Інфографіка та візуалізація даних	Графіки, схеми, карти	Використовується мінімально	Графіки, схеми, карти	Обмежене використання, акцент на наратив
Інтерактивні елементи	Таймлайни, клікабельні блоки, карти	Мінімальне застосування	Таймлайни, карти, інтерактивні блоки	Обмежене використання, інтеграція в текстові історії

Аналіз використання мультимедійних елементів у військових спецпроєктах провідних українських медіа (табл. 2.5) демонструє, що різні видання застосовують мультимедіа залежно від своєї моделі журналістики та цільової аудиторії. Фотографії у «Українській правді» та «Суспільному» виконують передусім документальну функцію, тоді як NV.ua використовує їх як частину візуального дизайну, а Babel інтегрує фото у сторітелінг, підкреслюючи наративний аспект матеріалів.

Відео найактивніше застосовує «Суспільне» [13] у форматі репортажів та інтерв'ю, тоді як NV.ua і «Українська правда» використовують пояснювальні

відео та експертні коментарі для підсилення аналітичної складової. Babel відео застосовує обмежено, надаючи перевагу ілюстративним та інтерактивним форматам.

Інфографіка та візуалізація даних є найпотужнішими у «Українській правді» та NV.ua, що дозволяє зрозуміло подати аналітичну інформацію, наприклад, карти бойових дій, графіки втрат або статистичні порівняння. Інтерактивні елементи, такі як таймлайни, клікабельні блоки та інтерактивні карти, особливо характерні для NV.ua та «Української правди» і сприяють глибшому зануренню аудиторії в матеріал.

Загалом використання мультимедійних інструментів дозволяє не лише підвищити візуальну привабливість матеріалів, а й ефективно формувати аналітичне сприйняття, посилюючи пояснювальний та контекстуальний ефект спецпроєктів і лонгрідів.

Досвід «Української правди», «Суспільного», «NV.ua» та «Babel» свідчить про важливість технічної оптимізації контенту. Вона включає:

- швидке завантаження мультимедійних елементів;
- оптимізацію зображень і відео;
- логічну навігацію між блоками матеріалу;
- зручність користувацького інтерфейсу.

Ці чинники безпосередньо впливають на залученість аудиторії та ефективність сприйняття аналітичної інформації.

Просування мультимедійного проєкту в медіапросторі базується на стратегіях, характерних для досліджуваних українських онлайн-видань. «Українська правда» та «NV.ua» активно використовують соціальні мережі, зокрема Facebook, X та Telegram, а також email-розсилки та кросплатформену інтеграцію контенту, що дозволяє залучати широку аудиторію та забезпечувати мультиплатформне споживання інформації. «Суспільне» робить основний акцент на офіційні цифрові платформи та інтеграцію матеріалів із телевізійним і радіоконтентом, при цьому довіра до медіа виступає ключовим елементом його просування.

Зі свого боку, «Babel» активно залучає аудиторію через візуальні платформи, такі як Instagram, поєднуючи авторський стиль подачі та персоналізований сторітелінг, що підсилює емоційне сприйняття та аналітичну залученість користувачів. Ефективність просування мультимедійного проєкту визначається: рівнем залученості аудиторії; кількістю переглядів і взаємодій; рівнем довіри до контенту.

Аналіз практик чотирьох видань демонструє, що найбільш успішними є ті проєкти, які поєднують аналітичну глибину з доступною мультимедійною подачею та чіткою стратегією комунікації.

Отже, аналіз мультимедійного оформлення, технічних засобів і моделей просування засвідчує, що кожне з досліджуваних видань демонструє власну модель використання мультимедіа: від стриманої пояснювальної візуалізації та документальності («Українська правда», «Суспільне») до інтенсивної інфографічної аналітики («NV.ua») й наративно орієнтованого сторітелінгу («Babel»).

В умовах тривалої війни також можна окреслити кілька ключових перспективних напрямів, які формуватимуть подальший розвиток мультимедійної журналістики в Україні:

Перспектива 1: Посилення ролі data journalism та аналітики на основі великих даних. Аналітична журналістика на базі даних набирає ваги. В умовах війни, де дані про втрати, логістику, економічні показники чи гуманітарну допомогу мають критичне значення, вміння медіа обробляти, візуалізувати й інтерпретувати дані стає стратегічним. Видання, які глибше інтегрують data-візуалізації, здобувають більшу довіру та вплив.

Перспектива 2: Розвиток VR/AR-контенту. Віртуальна та доповнена реальність мають потенціал у висвітленні війни не лише як технологічні новації, а як інструменти, що дозволяють користувачу пережити контекст подій більш глибоко, ніж традиційні формати. Такі технології можуть застосовуватися для реконструкцій, інтерактивних турів чи пояснювальних модулів.

Перспектива 3: Гібридні жанри та перформативні формати. Мультимедійна журналістика в Україні дедалі більше експериментує з жанрами, поєднуючи документалістику, аналітичні розслідування, сторітелінг і інтерактив. Цей тренд сприяє появі гнучких жанрових форм, що одночасно інформують, пояснюють і візуалізують складну інформацію.

Перспектива 4: Персоналізація контенту. З розвитком алгоритмічних сервісів з'являється можливість створювати персоналізовані медіа-досвіди, підлаштовані під інтереси певних груп аудиторії. Це важливо для підтримання уваги та діалогу з різними категоріями споживачів від студентів до професійних аналітиків.

Перспектива 5: Міжнародна кооперація. Українські медіа все активніше інтегрують свої мультимедійні проєкти в міжнародний інформаційний простір через співпрацю з іноземними редакціями, платформами та фондами. Це сприяє не лише поширенню українських наративів за кордоном, а й впровадженню світових журналістських стандартів і технологічних рішень.

Попри беззаперечні позитивні зрушення, мультимедійна журналістика в Україні стикається з низкою викликів:

- ресурсні обмеження (фінанси, технології, людські ресурси), особливо в умовах війни, коли частина редакцій працює в кризових умовах;
- інформаційна перевантаженість, яка ускладнює процес донесення важливого й об'єктивного контенту до аудиторії;
- загрози безпеці журналістів і технічні обмеження, що впливають на здатність збирати й обробляти мультимедійний контент у гарячих точках.

Подолання цих проблем можливе через розвиток професійних стандартів, підтримку медіаінституцій, використання новітніх технологій і впровадження ефективних моделей фінансування.

Таким чином, війна стала каталізатором глибоких змін у мультимедійній журналістиці України. Сформовані тенденції від поширення пояснювальної журналістики до активної візуалізації даних і мультимедійної інтеграції створюють основу для подальшого розвитку професії. Перспективи, що

простежуються, вказують на важливість технологічної інновації, жанрового експерименту та міжнародної співпраці. Водночас успішний розвиток мультимедійної журналістики потребує вирішення системних викликів, що стоять перед українськими медіа в умовах війни.

ВИСНОВКИ

У ході виконання кваліфікаційної роботи було досягнуто поставленої мети та реалізовано всі визначені завдання, що дозволяє сформулювати такі висновки.

У результаті дослідження теоретичних основ мультимедійної журналістики встановлено, що вона є інтегрованою формою сучасної медіакомунікації, яка поєднує текстові, візуальні, аудіальні та інтерактивні елементи в єдину інформаційну структуру. Мультимедійна журналістика розширює аналітичні можливості онлайн-медіа, сприяє глибшому осмисленню подій та формуванню цілісного уявлення про складні суспільні процеси, зокрема в умовах війни.

Виявлено, що запровадження воєнного стану стало визначальним чинником трансформації журналістських форматів в українських онлайн-медіа. В умовах війни змістилися пріоритети журналістської діяльності від оперативної новинної подачі до пояснювальної та аналітичної журналістики, що зумовило активніше використання мультимедійних форматів для систематизації інформації, візуалізації даних і пояснення контексту подій.

Аналіз мультимедійних матеріалів провідних українських онлайн-видань «Українська правда», «Суспільне», NV.ua та Babel за період січень 2021 року та січень 2025 року засвідчив, що зазначені медіа репрезентують різні моделі мультимедійної журналістики, проте спільною тенденцією є зростання кількості аналітичних матеріалів із використанням складних мультимедійних елементів, зокрема інтерактивних карт, інфографіки та хронологій воєнних подій.

Дослідження особливостей аналітичної подачі інформації у мультимедійних спецпроєктах і лонгрідах показало, що ці формати є найбільш придатними для глибокого висвітлення воєнних процесів. Аналітична подача в таких матеріалах ґрунтується на контекстуалізації подій, поєднанні фактів з експертними оцінками та використанні мультимедійних інструментів з пояснювальною і смисловою функцією.

Оцінка ефективності використання мультимедійних інструментів шляхом контент-аналізу їхнього функціонального навантаження та рівня інтеграції з аналітичним текстом засвідчила, що найбільш ефективними є ті матеріали, у яких мультимедійні елементи не дублюють текстову інформацію, а доповнюють її, сприяючи підвищенню зрозумілості, глибини та структурованості подачі воєнних подій. Водночас надмірна або невмотивована візуалізація може негативно впливати на сприйняття інформації аудиторією та знижувати рівень довіри до медіа.

На основі проведеного аналізу визначено основні тенденції розвитку мультимедійної журналістики в Україні в умовах війни, зокрема подальше зростання ролі аналітичних форматів, розвиток інтерактивних інструментів, посилення пояснювальної функції мультимедіа та підвищення уваги до етичних аспектів подачі інформації. Перспективи розвитку галузі пов’язані з удосконаленням мультимедійних технологій, адаптацією світових практик та орієнтацією на підвищення якості аналітичного контенту.

Таким чином, проведене дослідження засвідчило, що мультимедійна журналістика в українських онлайн-медіа в умовах війни відіграє ключову роль у формуванні аналітичного осмислення воєнних подій. Використання мультимедійних форматів у поєднанні з аналічною подачею інформації підвищує зрозумілість, структурованість і глибину сприйняття матеріалів аудиторією за умови їхнього функціонально вмотивованого та етично відповідального застосування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Баркар Д. Війні присвячена майже третина новин у провідних онлайнмедіа України. *Інститут масової інформації*. 16.04.2024. URL: https://imi.org.ua/news/vijni-prysvyachena-majzhe-tretyna-novyn-u-providnyh-onlajn-media-ukrayiny-doslidzhennya-imi-i60712 (дата звернення: 25.12.2025).

2. Вайшенберг З., Кляйнштойнбер Г., Пьорксен Б. Журналістика та медіа : довідник. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2011. 529 с.

3. Журналістика : словник-довідник / авт.-уклад. І. Михайлин. Київ : Академвидав, 2013. 320 с.

4. Козопас І. Дослідження IMI: прозорість онлайнмедіа України зросла до 78 % у 2024 році. *Нац. спілка журналістів України*. 11.10.2024. URL: https://nsju.lviv.ua/78-2024/?utm_sourc (дата звернення: 25.12.2025).

5. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика.* 2018. Вип. 44. С. 246–253. URL: https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/9375/9325 (дата звернення: 25.12.2025).

6. Машкова Я. Українські медіа та війна. Підсумки моніторингів IMI 2023 року. *Інститут масової інформації.* 08.01.2024. URL: https://imi.org.ua/monitorings/i58282?utm_source= (дата звернення: 25.12.2025).

7. Мірошниченко С. Використання цифрових технологій для документування воєнних злочинів: спільний підхід журналістики та правозахисту. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*.2025. № 2(16). С. 50–57. DOI: https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.7 (дата звернення: 02.01.2026).

8. Назаренко К. Верифікація користувацького контенту редактором інтернет-медіа. *Evropský politický a právní diskurs.* 2018. Vol. 5, Iss. 4. P. 182–188. URL: https://eppd13.cz/wp-content/uploads/2018/2018-5-4/28.pdf (дата звернення: 02.01.2026).

9. Нишпорська Д. Що треба знати про художній репортаж – розбираємо на прикладі Reporters. *The Lede.* 27.01.2020. URL: https://www.thelede.media/lifehacks/2020/01/27/775 (датазвернення: 25.12.2025).

10. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 244 с.

11. Рябічев В. Л. Мультимедіа в інтернет-журналістиці. *Наукові записки Інституту журналістики.* 2010. Т. 40. С. 67–70. URL: https://journ.knu.ua/csc/wp-content/uploads/2016/05/Мультимедіа-в-інтернет-журналістиці.pdf (дата звернення: 25.02.2026).

12. Солодовник Д. Візуалізація даних у новітніх конвергентних медіа України. *Synopsis.* URL: https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/570?utm_source= (дата звернення: 25.12.2025).

13. Суспільне: офіційний сайт. *Suspilne.Media.* URL: https://suspilne.media/ (дата звернення: 15.01.2026).

14. Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 129 с.

15. Українська правда: офіційний сайт. *Pravda.com.ua.* URL: https://www.pravda.com.ua/ (дата звернення: 15.01.2026).

16. Чабаненко М. Напрями трансформації репортажу в онлайновій журналістиці. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика.* 2019. Вип. 46. С. 310–317.

17. Шевченко В. Мультимедійний контент : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.

18. Яненко Я. Мультимедійні лонгріди на сайтах українських інтернет-ЗМІ: тематика та структурно-композиційні особливості. *Evropský politický a právní diskurs*. 2018. Vol. 5, Iss. 4. P. 195–201.

19. Adams C., Cooper, G. «News on the street»: An action research case study of embodied live journalism in an urban public space. *Journalism Studies*. 2025. P. 672–689. DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2025.2531777 (дата звернення: 15.01.2026).

20. Allan S. News Culture. 3rd ed. Maidenhead : Open University Press, 2010. 311 p.

21. Babel: офіційнийсайт. *Babel.ua.* URL: https://babel.ua/ (дата звернення: 15.01.2026).

22. Castells M. Communication Power. Oxford : Oxford University Press, 2009. 53 p. URL: https://maestriacomunicacionibero.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/03/castells-power-in-the-network-society.pdf (дата звернення: 25.12.2025).

23. Chadha, K., Steiner, L. Newswork and precarity. London : Routledge. 2021. DOI: https://doi.org/10.4324/9781003057376 (дата звернення: 25.12.2025).

24. Deuze M. What is Multimedia Journalism? *Journalism Studies*, 2004. Vol. 5, № 2. P. 139–152. URL: https://www.researchgate.net/publication/238688450_What_is_multimedia_journalism1 (дата звернення: 25.12.2025).

25. Gregory S. Deepfakes, misinformation and disinformation and authenticity infrastructure responses: Impacts on frontline witnessing, distant witnessing, and civic journalism. *Journalism.* 2021. Vol. 23, No. 3. P. 708–729. DOI: https://doi.org/10.1177/14648849211060644 (дата звернення: 26.01.2026).

26. NV.ua: офіційнийсайт. *NV.ua.* URL: https://nv.ua/ (дата звернення: 15.01.2026).

27. Pavlik J. V. Journalism and New Media. New York : Columbia University Press, 2001. 240 p.

28. Segel E., Heer J. Narrative Visualization: Telling Stories with Data. *Transactions on Visualization and Computer Graphics*. 2010. Vol. 16, № 6. URL: http://vis.stanford.edu/files/2010-Narrative-InfoVis.pdf (дата звернення: 25.12.2025).

29. Stark B. The Many Faces of Interactivity in Convergent Media Environments. Assessing Uses and Effects of Interactivity from a User and Management Perspective. *Media and Convergence Management*. 2013. P. 299–315. URL: https://ouci.dntb.gov.ua/en/works/4LmXEjjl/?utm_source= (датазвернення: 25.12.2025).

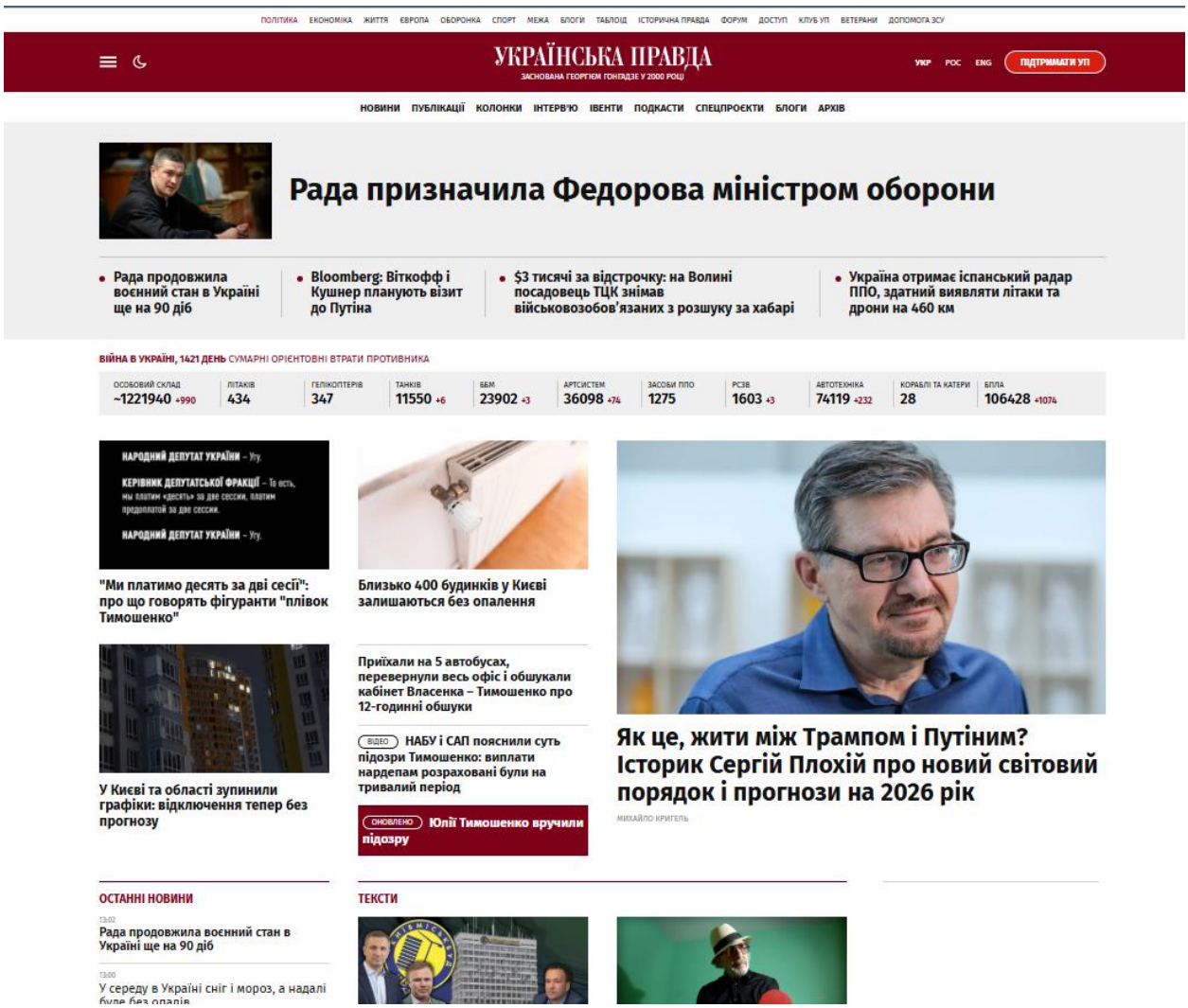
30. Tufa A., Cela E. Defining Multimedia Journalism: A Systematic Literature Review. *BJH.* 2023. P. 39–60. URL: https://www.researchgate.net/publication/385074552_DEFINING_MULTIMEDIA_JOURNALISM_A_SYSTEMATIC_LITERATURE_REVIEW (дата звернення: 25.12.2025).

31. Witschge T., Anderson C., Domingo D., Hermida A. Dealing with the mess (we made): Unraveling hybridity, normativity, and complexity in journalism studies. *Journalism*. 2018. Vol. 20. Iss. 5. P. 651–659. DOI: https://doi.org/10.1177/1464884918760669 (дата звернення: 25.12.2025)

32. Zelizer B. Covering the Body: The Kennedy Assassination, the Media, and the Shaping of Collective Memory. Chicago : University of Chicago Press, 1990. URL: https://www.academia.edu/84656970/Covering_the_body_The_Kennedy_assassination_and_the_establishment_of_journalistic_authority (дата звернення: 25.12.2025).

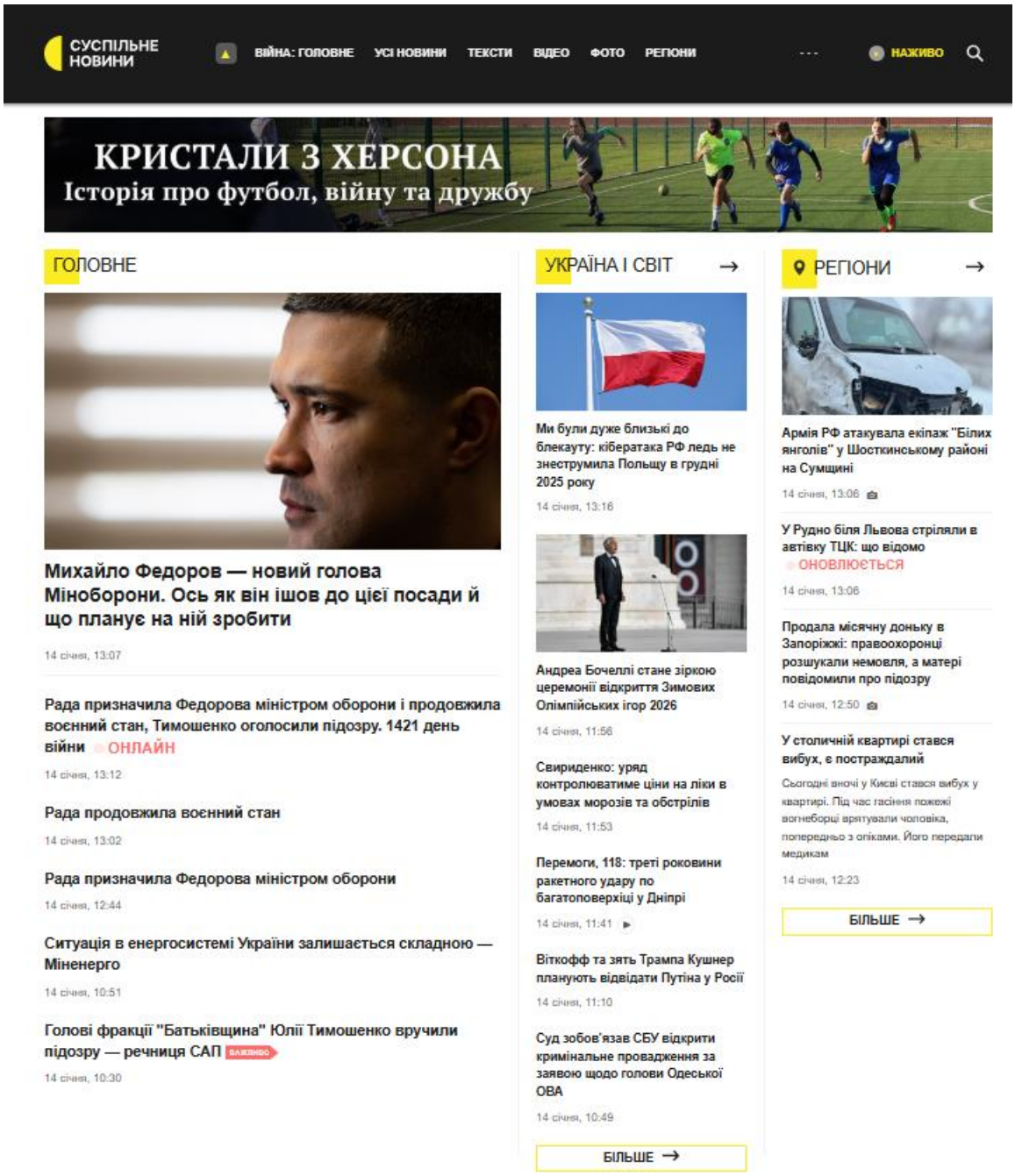
ДОДАТКИ

ДОДАТОК А
ГОЛОВНА СТОРІНКА «УКРАЇНСЬКОЇ ПРАВДИ»



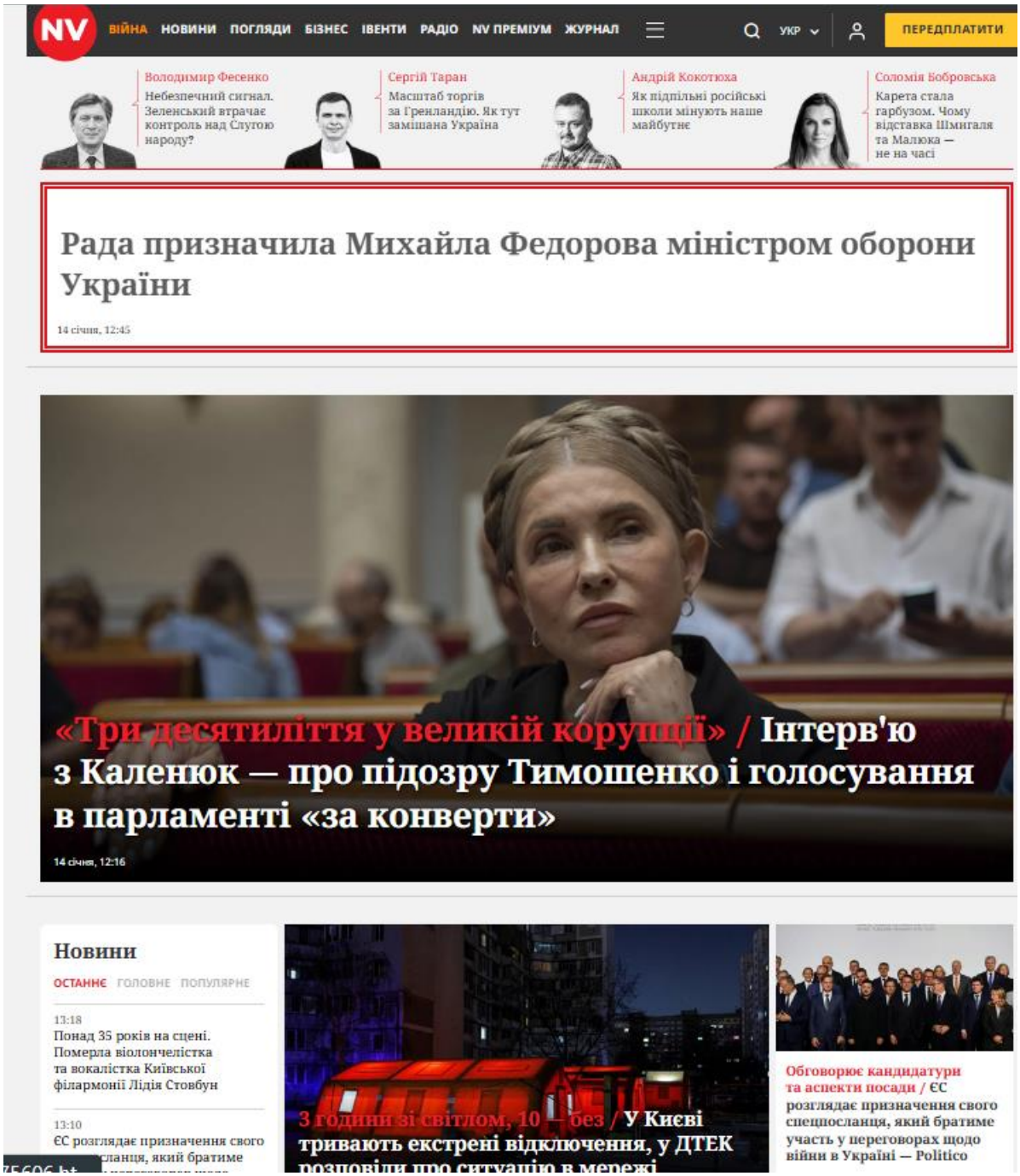
ДОДАТОК Б

ГОЛОВНА СТОРІНКА «СУСПІЛЬНЕ»

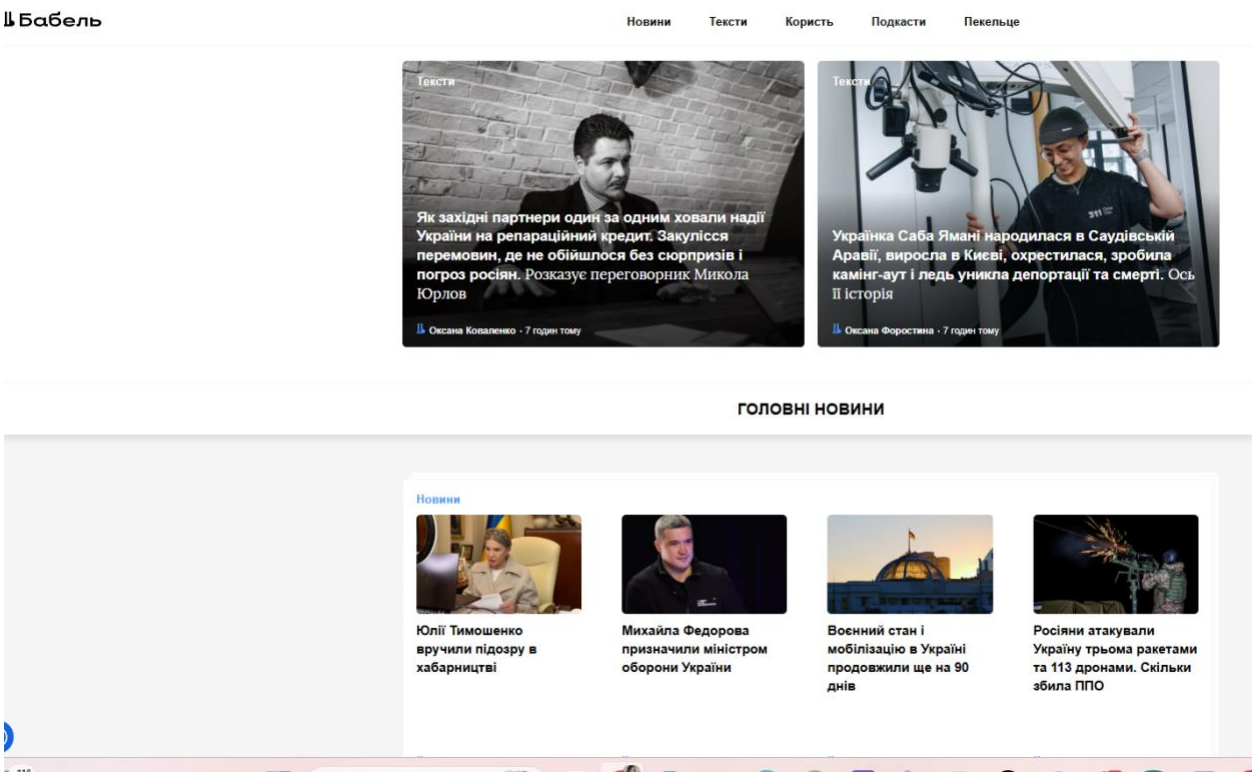


ДОДАТОК В

ГОЛОВНА СТОРІНКА «NV.UA»

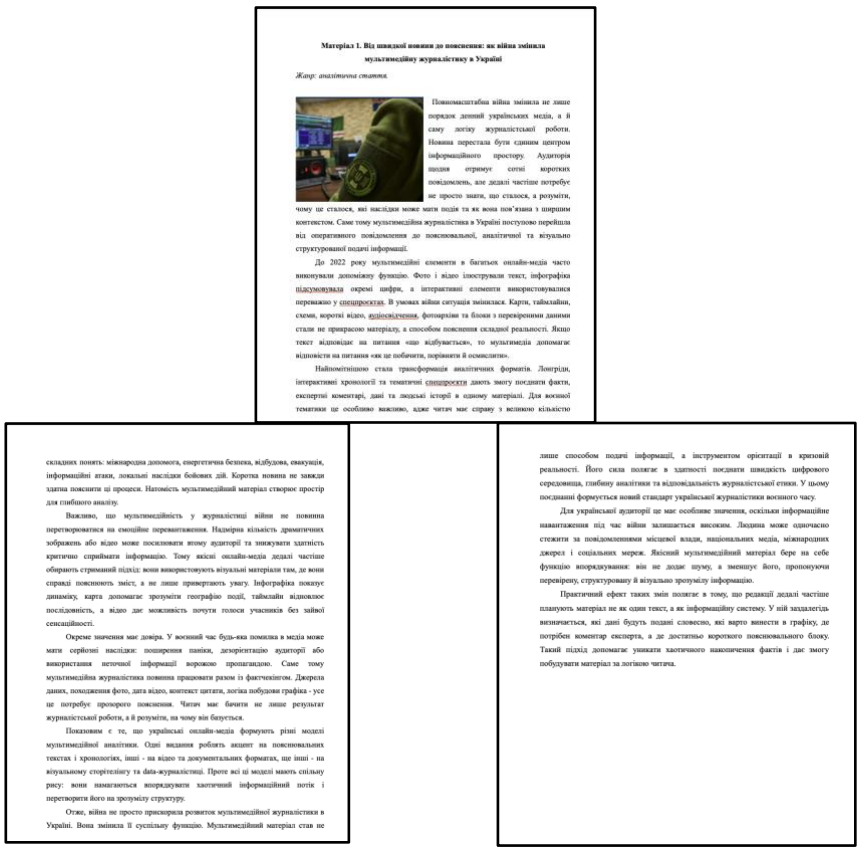


ДОДАТОК Г
ГОЛОВНА СТОРІНКА «BABEL»



ДОДАТОК Д

Сформовані матеріали



Матеріал 1. Від швидкої новини до пояснення: як війна змінила мультимедійну журналістику в Україні

Жанр: аналітична стаття.

Повномасштабна війна змінила не лише порядок денний українських медіа, а й саму логіку журналістської роботи. Новина перестала бути єдиним центром інформаційного простору. Аудиторія щодня отримує сотні коротких повідомлень, але дедалі частіше потребує не просто знати, що сталося, а розуміти, чому це сталося, які наслідки може мати подія та як вона пов'язана з ширшим контекстом. Саме тому мультимедійна журналістика в Україні поступово перейшла від оперативного повідомлення до пояснювальної, аналітичної та візуально структурованої подачі інформації.

До 2022 року мультимедійні елементи в багатьох онлайн-медіа часто виконували допоміжну функцію. Фото і відео ілюстрували текст, інфографіка підсумовувала окремі цифри, а інтерактивні елементи використовувалися переважно у спецпроєктах. В умовах війни ситуація змінилася. Карти, таймлайни, схеми, короткі відео, аудіосвідчення, фотоархіви та блоки з перевіреними даними стали не прикрасою матеріалу, а способом пояснення складної реальності. Якщо текст відповідає на питання «що відбувається», то мультимедіа допомагає відповісти на питання «як це побачити, порівняти й осмислити».

Найпомітнішою стала трансформація аналітичних форматів. Лонгріди, інтерактивні хронології та тематичні спецпроєкти дають змогу поєднати факти, експертні коментарі, дані та людські історії в одному матеріалі. Для воєнної тематики це особливо важливо, адже читач має справу з великою кількістю складних понять: міжнародна допомога, енергетична безпека, відбудова, евакуація, інформаційні атаки, локальні наслідки бойових дій. Коротка новина не завжди здатна пояснити ці процеси. Натомість мультимедійний матеріал створює простір для глибшого аналізу.

Важливо, що мультимедійність у журналістиці війни не повинна перетворюватися на емоційне перевантаження. Надмірна кількість драматичних зображень або відео може послаблювати втому аудиторії та знижувати здатність критично сприймати інформацію. Тому якісні онлайн-медіа дедалі частіше обирають стриманий підхід: вони використовують візуальні матеріали там, де вони справді пояснюють зміст, а не лише привертають увагу. Інфографіка показує динаміку, карта допомагає зрозуміти географію подій, таймлайн відновлює послідовність, а відео дає можливість почути голоси учасників без зайвої сенсаційності.

Окреме значення має довіра. У воєнний час будь-яка помилка в медіа може мати серйозні наслідки: поширення паніки, дезорієнтацію аудиторії або використання неточної інформації ворожою пропагандою. Саме тому мультимедійна журналістика повинна працювати разом із фактчекінгом. Джерела даних, походження фото, дата відео, контекст цитати, логіка побудови графіка - усе це потребує прозорого пояснення. Читач має бачити не лише результат журналістської роботи, а й розуміти, на чому він базується.

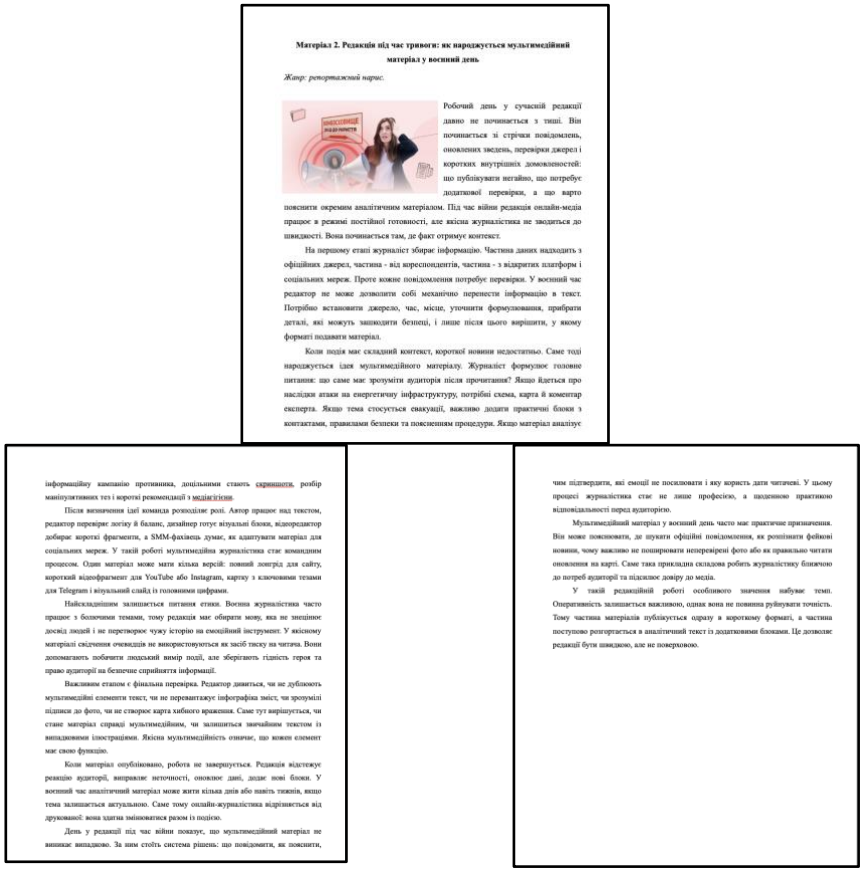
Показовим є те, що українські онлайн-медіа формують різні моделі мультимедійної аналітики. Одні видання робить акцент на пояснювальних текстах і хронологіях, інші - на відео та документальних форматах, ще інші - на візуальному сторітелінгу та data-журналістиці. Проте всі ці моделі мають спільну рису: вони намагаються впорядкувати хаотичний інформаційний потік і перетворити його на зрозумілу структуру.

Отже, війна не просто прискорила розвиток мультимедійної журналістики в Україні. Вона змінила її суспільну функцію. Мультимедійний матеріал став не лише способом подачі інформації, а інструментом орієнтації в кризовій реальності. Його сила полягає в здатності поєднати швидкість цифрового середовища, глибину аналітики та відповідальність журналістської етики. У цьому поєднанні формується новий стандарт української журналістики воєнного часу.

Для української аудиторії це має особливе значення, оскільки інформаційне навантаження під час війни залишається високим. Людина може одночасно стежити за повідомленнями місцевої влади, національних медіа, міжнародних джерел і соціальних мереж. Якісний мультимедійний матеріал бере на себе функцію впорядкування: він не додає шуму, а зменшує його, пропонуючи перевірену, структуровану й візуально зрозумілу інформацію.

Практичний ефект таких змін полягає в тому, що редакції дедалі частіше планують матеріал не як один текст, а як інформаційну систему. У ній заздалегідь визначається, які дані будуть подані словесно, які варто винести в графіку, де потрібен коментар експерта, а де достатньо короткого пояснювального блоку. Такий підхід допомагає уникати хаотичного накопичення фактів і дає змогу побудувати матеріал за логікою читача.

Рисунок Д.1 – Стаття «Від швидкої новини до пояснення: як війна змінила мультимедійну журналістику в Україні»



Матеріал 2. Редакція під час тривоги: як народжується мультимедійний матеріал у воєнний день

Жанр: репортажний нарис.

Робочий день у сучасній редакції давно не починається з тиші. Він починається зі стрічки повідомлень, оновлених зведень, перевірки джерел і коротких внутрішніх домовленостей: що публікувати негайно, що потребує додаткової перевірки, а що варто повснити окремим аналітичним матеріалом. Під час війни редакція онлайн-медіа працює в режимі постійної готовності, але якісна журналістика не зводиться до швидкості. Вона починається там, де факт отримує контекст.

На першому етапі журналіст збирає інформацію. Частина даних надходить з офіційних джерел, частина - від кореспондентів, частина - з відкритих платформ і соціальних мереж. Проте кожне повідомлення потребує перевірки. У воєнний час редактор не може дозволити собі механічно перенести інформацію в текст. Потрібно встановити джерело, час, місце, уточнити формулювання, прибрати деталі, які можуть зашкодити безпеці, і лише після цього вирішити, у якому форматі подавати матеріал.

Коли подія має складний контекст, короткої новини недостатньо. Саме тоді народжується ідея мультимедійного матеріалу. Журналіст формулює головне питання: що саме має зрозуміти аудиторія після прочитання? Якщо йдеться про наслідки атаки на енергетичну інфраструктуру, потрібні схема, карта й коментар експерта. Якщо тема стосується евакуації, важливо додати практичні блоки з контактами, правилами безпеки та повсненням процедури. Якщо матеріал аналізує інформаційну кампанію противника, доцільними стають скриншоти, розбір маніпулятивних тез і короткі рекомендації з медіагігієни.

Після визначення ідеї команда розподіляє ролі. Автор працює над текстом, редактор перевіряє логіку й баланс, дизайнер готує візуальні блоки, відеоредактор добирає короткі фрагменти, а SMM-фахівець думає, як адаптувати матеріал для соціальних мереж. У такій роботі мультимедійна журналістика стає командним процесом. Один матеріал може мати кілька версій: повний лонгрід для сайту, короткий відеофрагмент для YouTube або Instagram, картку з ключовими тезами для Telegram і візуальний слайд із головними цифрами.

Найскладнішим залишається питання етики. Воєнна журналістика часто працює з болючими темами, тому редакція має обирати мову, яка не зneцінює досвід людей і не перетворює чужу історію на емоційний інструмент. У якісному матеріалі свідчення очевидців не використовуються як засіб тиску на читача. Вони допомагають побачити людський вимір події, але зберігають гідність героя та право аудиторії на безпечне сприйняття інформації.

Важливим етапом є фінальна перевірка. Редактор дивиться, чи не дублюють мультимедійні елементи текст, чи не перевантажує інфографіка зміст, чи зрозумілі підписи до фото, чи не створює карта хибного враження. Саме тут вирішується, чи стане матеріал справді мультимедійним, чи залишиться звичайним текстом із випадковими ілюстраціями. Якісна мультимедійність означає, що кожен елемент має свою функцію.

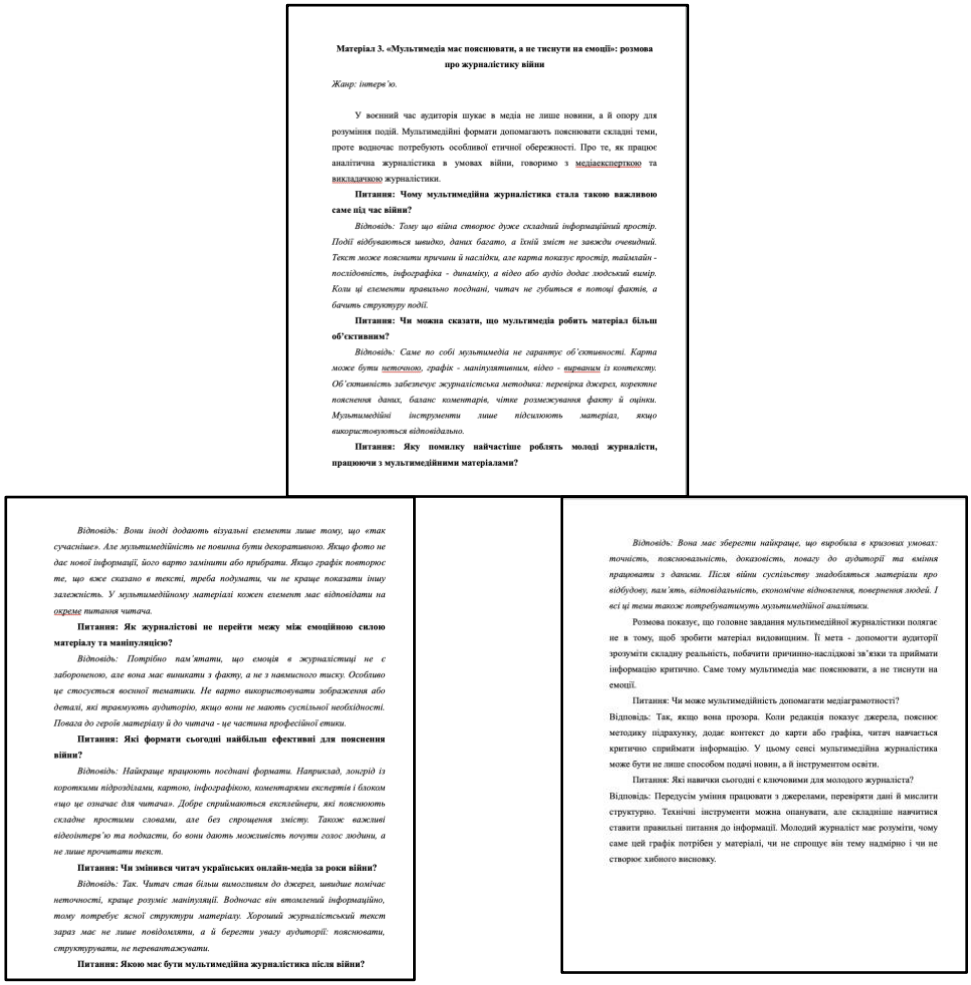
Коли матеріал опубліковано, робота не завершується. Редакція відстежує реакцію аудиторії, виправляє неточності, оновлює дані, додає нові блоки. У воєнний час аналітичний матеріал може жити кілька днів або навіть тижнів, якщо тема залишається актуальною. Саме тому онлайн-журналістика відрізняється від друкованої: вона здатна змінюватися разом із подією.

День у редакції під час війни показує, що мультимедійний матеріал не виникає випадково. За ним стоїть система рішень: що повідомити, як повснити, чим підтвердити, які емоції не посилювати і яку користь дати читачеві. У цьому процесі журналістика стає не лише професією, а щоденною практикою відповідальності перед аудиторією.

Мультимедійний матеріал у воєнний день часто має практичне призначення. Він може повснювати, де шукати офіційні повідомлення, як розпізнати фейкові новини, чому важливо не поширювати неперевірені фото або як правильно читати оновлення на карті. Саме така прикладна складова робить журналістику ближчою до потреб аудиторії та підсилює довіру до медіа.

У такій редакційній роботі особливого значення набуває темп. Оперативність залишається важливою, однак вона не повинна руйнувати точність. Тому частина матеріалів публікується одразу в короткому форматі, а частина поступово розгортається в аналітичний текст із додатковими блоками. Це дозволяє редакції бути швидкою, але не поверховою.

Рисунок Д.2 – Стаття «Редакція під час тривоги: як народжується мультимедійний матеріал у воєнний день»



Матеріал 3. «Мультимедіа має пояснювати, а не тиснути на емоції»: розмова про журналістику війни

Жанр: інтерв'ю.

У воєнний час аудиторія шукає в медіа не лише новини, а й опору для розуміння подій. Мультимедійні формати допомагають пояснювати складні теми, проте водночас потребують особливої етичної обережності. Про те, як працює аналітична журналістика в умовах війни, говоримо з медіаекспертkою та викладачкою журналістики.

Питання: Чому мультимедійна журналістика стала такою важливою саме під час війни?

Відповідь: Тому що війна створює дуже складний інформаційний простір. Події відбуваються швидко, даних багато, а їхній зміст не завжди очевидний. Текст може пояснити причини й наслідки, але карта показує простір, таймлайн - послідовність, інфографіка - динаміку, а відео або аудіо додає людський вимір. Коли ці елементи правильно поєднані, читач не губиться в потоці фактів, а бачить структуру події.

Питання: Чи можна сказати, що мультимедіа робить матеріал більш об'єктивним?

Відповідь: Саме по собі мультимедіа не гарантує об'єктивності. Карта може бути неточною, графік - маніпулятивним, відео - вирваним із контексту. Об'єктивність забезпечує журналістська методика: перевірка джерел, коректне пояснення даних, баланс коментарів, чітке розмежування факту й оцінки. Мультимедійні інструменти лише підсилюють матеріал, якщо використовуються відповідально.

Питання: Яку помилку найчастіше роблять молоді журналісти, працюючи з мультимедійними матеріалами?

Відповідь: Вони іноді додають візуальні елементи лише тому, що «так сучасніше». Але мультимедійність не повинна бути декоративною. Якщо фото не дає нової інформації, його варто замінити або прибрати. Якщо графік повторює те, що вже сказано в тексті, треба подумати, чи не краще показати іншу залежність. У мультимедійному матеріалі кожен елемент має відповідати на окреме питання читача.

Питання: Як журналістові не перейти межу між емоційною силою матеріалу та маніпуляцією?

Відповідь: Потрібно пам'ятати, що емоція в журналістиці не є забороненою, але вона має виникати з факту, а не з навмисного тиску. Особливо це стосується воєнної тематики. Не варто використовувати зображення або деталі, які травмують аудиторію, якщо вони не мають суспільної необхідності. Повага до героїв матеріалу й до читача - це частина професійної етики.

Питання: Які формати сьогодні найбільш ефективні для пояснення війни?

Відповідь: Найкраще працюють поєднані формати. Наприклад, лонгрід із короткими підрозділами, картою, інфографікою, коментарями експертів і блоком «що це означає для читача». Добре сприймаються експлейнери, які пояснюють складне простими словами, але без спрощення змісту. Також важливі відеоінтерв'ю та подкасти, бо вони дають можливість почути голос людини, а не лише прочитати текст.

Питання: Чи змінився читач українських онлайн-медіа за роки війни?

Відповідь: Так. Читач став більш вимогливим до джерел, швидше помічає неточності, краще розуміє маніпуляції. Водночас він втомлений інформаційно, тому потребує ясної структури матеріалу. Хороший журналістський текст зараз має не лише повідомляти, а й берегти увагу аудиторії: пояснювати, структурувати, не перевантажувати.

Питання: Якою має бути мультимедійна журналістика після війни?

Відповідь: Вона має зберегти найкраще, що виробила в кризових умовах: точність, пояснювальність, доказовість, повагу до аудиторії та вміння працювати з даними. Після війни суспільству знадобляться матеріали про відбудову, пам'ять, відповідальність, економічне відновлення, повернення людей. І всі ці теми також потребуватимуть мультимедійної аналітики.

Розмова показує, що головне завдання мультимедійної журналістики полягає не в тому, щоб зробити матеріал видовищним. Її мета - допомогти аудиторії зрозуміти складну реальність, побачити причинно-наслідкові зв'язки та приймати інформацію критично. Саме тому мультимедіа має пояснювати, а не тиснути на емоції.

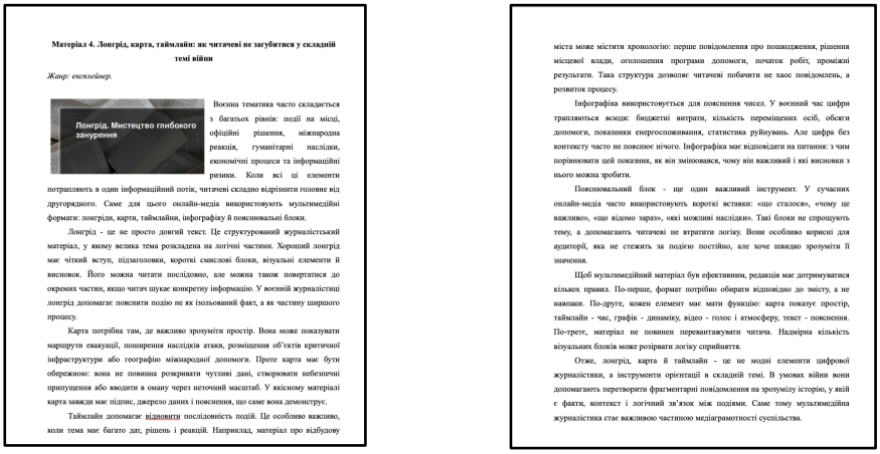
Питання: Чи може мультимедійність допомагати медіаграмотності?

Відповідь: Так, якщо вона прозора. Коли редакція показує джерела, пояснює методику підрахунку, додає контекст до карти або графіка, читач навчається критично сприймати інформацію. У цьому сенсі мультимедійна журналістика може бути не лише способом подачі новин, а й інструментом освіти.

Питання: Які навички сьогодні є ключовими для молодого журналіста?

Відповідь: Передусім уміння працювати з джерелами, перевіряти дані й мислити структурно. Технічні інструменти можна опанувати, але складніше навчитися ставити правильні питання до інформації. Молодий журналіст має розуміти, чому саме цей графік потрібен у матеріалі, чи не спрощує він тему надмірно і чи не створює хибного висновку.

Рисунок Д.3 – Стаття «Мультимедіа має пояснювати, а не тиснути на емоції»: розмова про журналістику війни



Матеріал 4. Лонгрід, карта, таймлайн: як читачеві не загубитися у складній темі війни

Жанр: експлейнер.

Лонгрід. Мистецтво глибокого занурення

Воєнна тематика часто складається з багатьох рівнів: події на місці, офіційні рішення, міжнародна реакція, гуманітарні наслідки, економічні процеси та інформаційні ризики. Коли всі ці елементи потрапляють в один інформаційний потік, читачеві складно відрізнити головне від другорядного. Саме для цього онлайн-медіа використовують мультимедійні формати: лонгріди, карти, таймлайни, інфографіку й повсюдні блоки.

Лонгрід - це не просто довгий текст. Це структурований журналістський матеріал, у якому велика тема розкладена на логічні частини. Хороший лонгрід має чіткий вступ, підзаголовки, короткі смислові блоки, візуальні елементи й висновок. Його можна читати послідовно, але можна також повертатися до окремих частин, якщо читач шукає конкретну інформацію. У воєнній журналістиці лонгрід допомагає пояснити подію не як ізольований факт, а як частину ширшого процесу.

Карта потрібна там, де важливо зрозуміти простір. Вона може показувати маршрути евакуацій, поширення наслідків атаки, розміщення об'єктів критичної інфраструктури або географію міжнародної допомоги. Проте карта має бути обережною: вона не повинна розкривати чутливі дані, створювати небезпечні припущення або вводити в оману через неточний масштаб. У якісному матеріалі карта завжди має підпис, джерело даних і пояснення, що саме вона демонструє.

Таймлайн допомагає відновити послідовність подій. Це особливо важливо, коли тема має багато дат, рішень і реакцій. Наприклад, матеріал про відбудову міста може містити хронологію: перше повідомлення про пошкодження, рішення місцевої влади, оголошення програми допомоги, початок робіт, проміжні результати. Така структура дозволяє читачеві побачити не хаос повідомлень, а розвиток процесу.

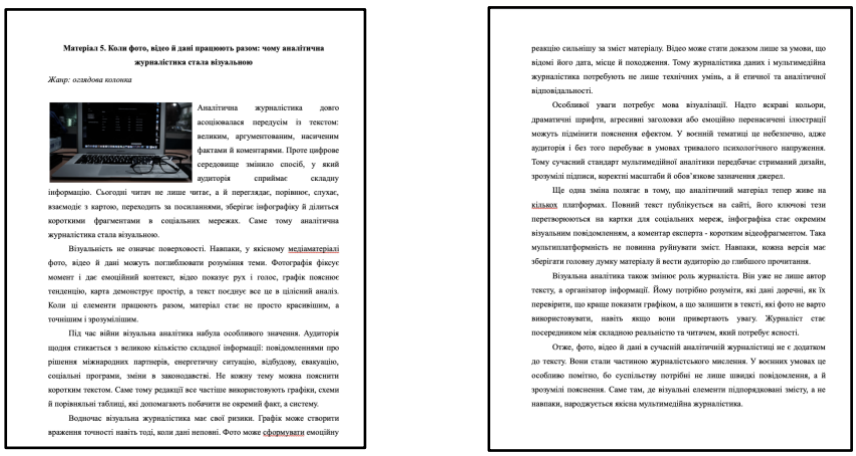
Інфографіка використовується для пояснення чисел. У воєнний час цифри трапляються всюди: бюджетні витрати, кількість переміщених осіб, обсяги допомоги, показники енергоспоживання, статистика руйнувань. Але цифра без контексту часто не повсякчас нічого. Інфографіка має відповідати на питання: з чим порівнювати цей показник, як він змінювався, чому він важливий і які висновки з нього можна зробити.

Повсякчасний блок - це один важливий інструмент. У сучасних онлайн-медіа часто використовують короткі вставки: «що сталося», «чому це важливо», «що відомо зараз», «які можливі наслідки». Такі блоки не спрощують тему, а допомагають читачеві не втратити логіку. Вони особливо корисні для аудиторій, яка не стежить за подією постійно, але хоче швидко зрозуміти її значення.

Щоб мультимедійний матеріал був ефективним, редакція має дотримуватися кількох правил. По-перше, формат потрібно обирати відповідно до змісту, а не навпаки. По-друге, кожен елемент має мати функцію: карта показує простір, таймлайн - час, графік - динаміку, відео - голос і атмосферу, текст - пояснення. По-третє, матеріал не повинен перевантажувати читача. Надмірна кількість візуальних блоків може розірвати логіку сприйняття.

Отже, лонгрід, карта й таймлайн - це не модні елементи цифрової журналістики, а інструменти орієнтації в складній темі. В умовах війни вони допомагають перетворити фрагментарні повідомлення на зрозумілу історію, у якій є факти, контекст і логічний зв'язок між подіями. Саме тому мультимедійна журналістика стає важливою частиною медіаграмотності суспільства.

Рисунок Д.4 – Стаття «Лонгрід, карта, таймлайн: як читачеві не загубитися у складній темі війни»



Матеріал 5. Коли фото, відео й дані працюють разом: чому аналітична журналістика стала візуальною

Жанр: оглядова колонка

Аналітична журналістика довго асоціювалася передусім із текстом: великим, аргументованим, насиченим фактами й коментарями. Проте цифрове середовище змінило спосіб, у який аудиторія сприймає складну інформацію. Сьогодні читач не лише читає, а й переглядає, порівнює, слухає, взаємодіє з картою, переходить за посиланнями, зберігає інфографіку й ділиться короткими фрагментами в соціальних мережах. Саме тому аналітична журналістика стала візуальною.

Візуальність не означає поверховості. Навпаки, у якісному медіаматеріалі фото, відео й дані можуть погибліовати розуміння теми. Фотографія фіксує момент і дає емоційний контекст, відео показує рух і голос, графік показує тенденцію, карта демонструє простір, а текст поєднує все це в цілісний аналіз. Коли ці елементи працюють разом, матеріал стає не просто красивішим, а точнішим і зрозумілішим.

Під час війни візуальна аналітика набула особливого значення. Аудиторія щодня стикається з великою кількістю складної інформації: повідомленнями про рішення міжнародних партнерів, енергетичну ситуацію, відбудову, евакуацію, соціальні програми, зміни в законодавстві. Не кожну тему можна пояснити коротким текстом. Саме тому редакції все частіше використовують графіки, схеми й порівняльні таблиці, які допомагають побачити не окремий факт, а систему.

Водночас візуальна журналістика має свої ризики. Графік може створити враження точності навіть тоді, коли дані неповні. Фото може сформувати емоційну реакцію сильнішу за зміст матеріалу. Відео може стати доказом лише за умови, що відомі його дата, місце й походження. Тому журналістика даних і мультимедійна журналістика потребують не лише технічних умінь, а й етичної та аналітичної відповідальності.

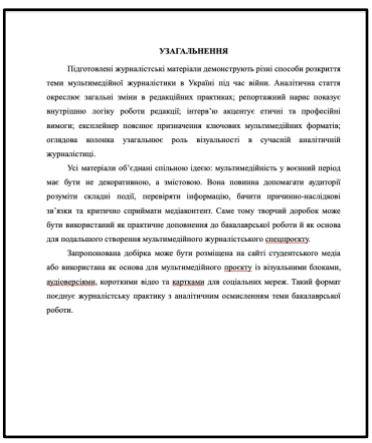
Особливої уваги потребує мова візуалізації. Надто яскраві кольори, драматичні шрифти, агресивні заголовки або емоційно перенасичені ілюстрації можуть підмінити пояснення ефектом. У воєнній тематиці це небезпечно, адже аудиторія і без того перебуває в умовах тривалого психологічного напруження. Тому сучасний стандарт мультимедійної аналітики передбачає стриманий дизайн, зрозумілі підписи, коректні масштаби й обов'язкове зазначення джерел.

Ще одна зміна полягає в тому, що аналітичний матеріал тепер живе на кількох платформах. Повний текст публікується на сайті, його ключові тези перетворюються на картки для соціальних мереж, інфографіка стає окремим візуальним повідомленням, а коментар експерта - коротким відеофрагментом. Така мультиплатформність не повинна руйнувати зміст. Навпаки, кожна версія має зберігати головну думку матеріалу й вести аудиторію до глибшого прочитання.

Візуальна аналітика також змінює роль журналіста. Він уже не лише автор тексту, а організатор інформації. Йому потрібно розуміти, які дані доречні, як їх перевірити, що краще показати графіком, а що залишити в тексті, які фото не варто використовувати, навіть якщо вони привертають увагу. Журналіст стає посередником між складною реальністю та читачем, який потребує ясності.

Отже, фото, відео й дані в сучасній аналітичній журналістиці не є додатком до тексту. Вони стали частиною журналістського мислення. У воєнних умовах це особливо помітно, бо суспільству потрібні не лише швидкі повідомлення, а й зрозумілі пояснення. Саме там, де візуальні елементи підпорядковані змісту, а не навпаки, народжується якісна мультимедійна журналістика.

Рисунок Д.5 – Стаття «Коли фото, відео й дані працюють разом: чому аналітична журналістика стала візуальною»



УЗАГАЛЬНЕННЯ

Підготовлені журналістські матеріали демонструють різні способи розкриття теми мультимедійної журналістики в Україні під час війни. Аналітична стаття окреслює загальні зміни в редакційних практиках; репортажний нарис показує внутрішню логіку роботи редакції; інтерв'ю акцентує етичні та професійні вимоги; експлейнер повсякчас призначення ключових мультимедійних форматів; оглядова колонка узагальнює роль візуальності в сучасній аналітичній журналістиці.

Усі матеріали об'єднані спільною ідеєю: мультимедійність у воєнний період має бути не декоративною, а змістовою. Вона повинна допомагати аудиторії розуміти складні події, перевіряти інформацію, бачити причинно-наслідкові зв'язки та критично сприймати медіаконтент. Саме тому творчий доробок може бути використаний як практичне доповнення до бакалаврської роботи й як основа для подальшого створення мультимедійного журналістського спецпроєкту.

Запропонована добірка може бути розміщена на сайті студентського медіа або використана як основа для мультимедійного проєкту із візуальними блоками, аудіоверсіями, короткими відео та картками для соціальних мереж. Такий формат поєднує журналістську практику з аналітичним осмисленням теми бакалаврської роботи.

Рисунок Д.6 – Узагальнення

Декларація
академічної доброчесності

здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Силахіна Емілія Павлівна, студентка 4 курсу, форми навчання денна, факультету журналістики, спеціальність журналістики, адреса електронної пошти emmka7920@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Особливості мультимедійної журналістики в Україні під час війни: аналітичний аспект подачі інформації» 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 на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____Підпис  ПІБ (студент) Силахіна Емілія Павлівна

Дата_____Підпис_____ПІБ (науковий керівник) Костюк Юрій Вікторович

ABSTRACT

The topic of the bachelor's qualification thesis is «Features of Multimedia Journalism in Ukraine During the War: Analytical Aspects of Information Presentation».

The purpose of the study is to analyze the specifics of multimedia formats and principles of analytical information presentation in Ukrainian online media during the war and to assess their effectiveness based on content analysis of multimedia elements and their impact on audience perception.

To achieve the purpose of the study, the following tasks were completed:

1) to examine the theoretical foundations of multimedia journalism and its role in contemporary media;

2) to identify the impact of the full-scale war on the transformation of journalistic formats in Ukrainian online media;

3) to analyze multimedia materials published by leading Ukrainian online media outlets (Ukrainska Pravda, Suspilne, NV.ua, and Babel) and the features of analytical information presentation in them;

4) to assess the effectiveness of multimedia tools in covering wartime topics and determine the main trends in the development of multimedia journalism in Ukraine.

The object of the study is multimedia journalism in the Ukrainian online media outlets Ukrainska Pravda, Suspilne, NV.ua, and Babel during the period from January 2021 to January 2025.

The subject of the study is the features of multimedia journalism in Ukraine during the war, focusing on the analytical aspect of information presentation.

Formal and substantive characteristics of the project. The creative project is an analytical multimedia journalistic product aimed at comprehensive coverage of events related to the full-scale war in Ukraine. The project combines analytical texts, photographs, video materials, infographics, interactive maps, and timelines, providing a structured and visually clear presentation of complex information. The project

demonstrates the dependence of multimedia tool selection on the topic of the material, the author's analytical concept, and the need to from a holistic understanding of wartime progresses among the audience.

Keywords: multimedia journalism, online media, analytical materials, multimedia formats, longread, special project, data visualization, interactive elements.