**ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА**

Факультет систем і засобів масової комунікації

Кафедра масової та міжнародної комунікації

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

**магістра**

на тему «Особливості розвитку художнього репортажу в сучасному

національному інформаційному просторі»

Виконала: студентка групи ЗМ-19-М-1

спеціальності 061 Журналістика

освітньо-наукова програма «Журналістика»

Глущенко А.Г.

(прізвище та ініціали)

Керівник \_\_\_\_\_\_\_\_\_ к.філол.н., доц. Гудошник О. В.

підпис наук. ступ., вчене звання (прізвище та ініціали)

Рецензент\_\_\_\_\_\_\_\_\_ к.філол.н., доц.Іванова Н. І.

підпис наук. ступ., вчене звання (прізвище та ініціали)

Завідувачка кафедри масової та міжнародної комунікації

\_\_\_\_\_\_\_\_ д-р наук. із соц. ком., проф. М. В. Бутиріна

м. Дніпро – 2021 року

**Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара**

Факультет систем і засобів масової комунікації\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Кафедра масової та міжнародної комунікації\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рівень освіти магістр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спеціальність 061 «Журналістика»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**завідувачка кафедри масової та міжнародної комунікації**

**д. наук із соц. ком., проф. Бутиріна М. В.**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**«**\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 року

**З А В Д А Н Н Я**

**НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

**Глущенко Анастасії Геннадіївні**

1. Тема роботи «Особливості розвитку художнього репортажу в сучасному

національному інформаційному просторі», керівник роботи Гудошник Оксана Василівна, канд. філол. наук, доцент кафедри масової й міжнародної комунікації, затверджена наказом вищого навчального закладу від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_\_ року № \_\_\_\_.

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_ р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

* визначити сучасний стан понять «наратив» та «літературний (художній) репортаж»;
* з’ясувати співвідношення цих понять у сучасному журналістикознавстві;
* проаналізувати репортажі в сучасних українських медіаресурсах та визначити ступінь розвитку цього жанру у вітчизняній журналістиці.

4. Дата видачі завдання «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_\_\_ р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів дипломної  роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Підготовка проспекту дипломного дослідження |  |  |
| 2. | Підготовка теоретичної частини роботи |  |  |
| 3. | Підготовка практичної частини роботи |  |  |
| 4. | Оформлення роботи |  |  |
| 5. | Подання роботи на кафедру |  |  |

**Студентка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Глущенко А.Г.**

**Керівниця роботи (проєкту) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Гудошник О.В.**

**РЕФЕРАТ**

**Дипломна робота:** с.76, 70 джерел.

**Об’єктом дослідження** є художній репортаж як спосіб розкриття проблеми через досвід героя та особливості його застосування в сучасному медійному просторі.

**Мета роботи** полягає у визначенні специфіки застосування структури наративу в літературному/художньому репортажі.

**Методи дослідження:** теоретичне (узагальнення, реферування)  
та емпіричне (опис, контент-аналіз) пізнання; аналіз.

**Одержані висновки та їх новизна:** дослідження полягає в розкритті наративних прийомів в межах функціонування українського репортажу на прикладі публікацій у національних ЗМІ.

Результати роботи можуть бути використані при застосуванні наративних технік у жанрі репортажу в українських мас-медіа.

**Перелік ключових слів:** НАРАТИВ, НАРАТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА, СТОРІТЕЛІНГ, ХУДОЖНІЙ РЕПОРТАЖ.

**RESUME**

**Implementer:** Hlushchenko Anastasiia, group ZM-19m-1 (the Department of journalism).

**Scientific Supervisor:** Candidate of Philological Sciences (Ph. D.), Associate

Professor Hudoshnyk Oksana.

**Research issue:** "Features of the development of art reporting in the modern

national information space".

**Volume:** p.76, bibl. – 70.

**The research object:** art reporting as a way to reveal the problem through the experience of the hero and the peculiarities of its application in the modern media space.

**The purpose of the work:** to study the specifics of the application of the narrative structure in literary / art reporting.

**Results and novelty:** The research consists in revealing narrative techniques within the functioning of Ukrainian reporting on the example of publications in the national media.

The results of the work can be used in the application of narrative techniques in reporting in the Ukrainian media.

Keywords: NARRATIVE, NARRATIVE JOURNALISM, STORYTELLING, ART REPORTING.

**ЗМІСТ**

ВСТУП ………………………………………………………………………….6

Розділ I. Наративність в медійному дискурсі: основні теоретичні засади….10

1.1. Ключові поняття наративності………………………………………10

1.2. Сторітелінг як технологія наративної журналістики……………….27

Розділ II. Медійні можливості сучасного художнього (літературного) репортажу на сторінках українських медіа …………………………………..36

2.1. Художній репортаж у контексті наративної журналістики: становлення, викладання та традиції……………………………………36

2.2. Сучасний художній (літературний) репортаж на сторінках українських медіа………………………………………………………….46

2.3. Особливості та перспективи реалізації технік художнього

репортажу в сучасному лонгріді………………………………………..56

Висновки …………………………………………………………………….…67

Список використаної літератури та джерел………………………………….70

**ВСТУП**

Активне поширення терміну «наративна журналістика» пов’язане з історичною ґенезою «нового журналізму» та широким полем використання додаткових визначень (літературна журналістика, оповідна публіцистика, журналістика занурення, нон-фікшн, художня репортажистика тощо) [1].

***Актуальність*** теми полягає в дослідженні технік, що активно використовуються в репортажі для посилення ефекту описуваної події. Відоме репортажне медіа країни – Reporters визначає літературний репортаж, як одну з найвдаліших можливостей розкрити великі соціальні питання через наявність людських історій [2]. Свій початок наративна журналістика (у межах якої, зазвичай, виокремлюють художній/літературний репортаж) бере свій початок у 60–70 рр. ХХ ст. у США, коли вибухові політичні та культурні події (рух проти війни у В’єтнамі, боротьба за рівноправ’я, сексуальна революція) породжували активні спроби оновити журналістику через залучення літературних жанрів, стилістики, образності та суб’єктивності. Сьогодні літературний репортаж також виступає своєрідним засобом модернізації традиційного медійного поля.

Український літературний репортаж представлено на спеціалізованих ресурсах Reporters. (reporters.media/) та The Ukrainians (theukrainians.org/), у виданнях: «Країна», «Газета по-українськи», частково – «Експрес», «Високий Замок». Враховуючи затребуваність репортажу на українському медіаринку, щороку проходить всеукраїнський конкурс художнього репортажу ім. Майка Йогансена «Самовидець». Тема конкурсу 2021 р. – «Коли ми кохаємо». Найбільш вдалими роботами вважаються репортажі-занурення, де важливою складовою є влучні описи та живі діалоги з героями за обраною темою. Десять найкращих робіт публікуються в альманасі Veni, Vidi, Scripsi, а переможець конкурсу має змогу видати власну збірку репортажів у видавництві «Темпора».

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Масштаб, ретроспективність та напруга сюжету через емпатичну залученість, на думку комунікативістів, є визначальними маркерами літературного репортажу. Метою його існування є надання вже відомим подіям або соціальним явищам нового змістовного контексту, доповнюючи інформаційну складову, надану традиційною журналістикою [3]. Контекстність та стилістичні особливості літературної журналістики як гібридної форми, історичну ретроспективу жанру розглядає Кобі ван Крікен [4]. Світову тенденцію щодо оповіді («весна наративних жанрів» [5]) у журналістиці пов’язують з кардинальними змінами медіаландшафту, активним використанням Інтернету, пошуком нових стратегій залучення читача.

В українському науковому просторі літературна (наративна) журналістика досліджувалася в аспекті залучення сторителінг-технологій до новинного формату [6], травелогії [7], публіцистики та репортажу [8]. Дослідниця Л. Шутяк захистила дисертацію в ДНУ імені Олеся Гончара на тему «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: ґенеза та жанрово-стилістичні ознаки», другий розділ роботи присвячено аналізу специфіки українського репортажу у друкованих та онлайн-медіа. На думку авторки, «художній репортаж … передусім – осмислення, емоції, переживання, що реалізуються на текстовому рівні, втілити які можливо у великому форматі…» [8, с. 13].

***Метою наукової роботи*** є визначення специфіки застосування структури наративу в літературному/художньому репортажі.

***Об’єкт дослідження –*** художній репортаж як спосіб розкриття проблеми через досвід героя та особливості його застосування в сучасному медійному просторі. Матеріалом дослідження стали 76 репортажів національного та американського медійного просторів за період вересень 2018 – травень 2021 р.

***Предметом дослідження*** є з’ясування ролі репортажу у відображенні реальності, враховуючі власний досвід героя.

**Методи дослідження.** Теоретична частина роботи передбачає ***реферування*** дослідницьких робіт, що розробляють проблему наративних жанрів, результатом якого стає визначення складових наративу. Здійснено ***порівняння*** змісту понять «наратив» та «літературний (художній) репортаж», визначено ступінь їх синонімічності. У практичній частині роботи ***проаналізовано*** літературні репортажі, представлені на українських медіа- ресурсах. Результати аналізу ***узагальнено*** у висновках.

***Завдання дослідження:***

* визначити сучасний стан понять «наратив» та «літературний (художній) репортаж»;
* з’ясувати співвідношення цих понять у сучасному журналістикознавстві;
* проаналізувати репортажі в сучасних українських медіаресурсах та визначити ступінь розвитку цього жанру у вітчизняній журналістиці.

***Наукова новизна*** дослідження полягає в розкритті наративних прийомів в межах функціонування українського репортажу на прикладі публікацій у національних ЗМІ.

***Практичне значення одержаних результатів.*** Результати представлені в науковій роботі можуть бути використані при застосуванні наративних технік у жанрі репортажу в українських мас-медіа.

У першому розділі «Наративність в медійному дискурсі: основні теоретичні засади» проаналізовано поняття наративу, походження наративних технік, особливо сторітелінгу в контексті наративної журналістики, та їх поширення в українському інформаційному просторі.

У другому розділі «Художній репортаж у контексті наративної журналістики: становлення, викладання та традиції» досліджено наративну специфіку жанру репортажу, застосування авторами певних літературних прийомів, що мають викликати емпатичну реакцію в комунікативному середовищі, а також перспективи художнього репортажу на національному медійному ринку.

***Структура роботи*** складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Обсяг основної роботи – 76 сторінок. Список використаних джерел містить 70 найменувань.

**Апробація результатів дослідження:**

1. Участь у підсумковій науково-практичній конференції Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара за результатами наукової роботи за 2020 р. (3 березня 2021 о.).  Доповідь: Глущенко А. Традиції наративної журналістики в українському літературному репортажі.

2. Перемога на Олімпіаді з медіаграмотності «Фейкотрощі» (29 березня 2021 р.) <http://www.dnu.dp.ua/news/4130> (член збірної факультету систем і засобів масової комунікації).

3. Перемога у І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Тема роботи: Глущенко А. Г., Самойленко А. Ю. Особливості та техніки наративної журналістики в сучасному українському репортажі (шифр «Художній репортаж»).

**Стаття:**

Глущенко А. Г., Гудошник О. В. Традиції наративної журналістики в українському літературному репортажі. Масова комунікація у глобальному та національному вимірах.  Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2020.  Вип. 13.  155 с. С. 27–32.

**Розділ I**

**НАРАТИВНІСТЬ В МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ:**

**ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ**

**1.1 Ключові поняття наративності**

Історія дослідження такої форми комунікації як **наратив** починається ще за часів великих філософів і мислителів, які намагалися дати визначення глобальним явищам, які в підсумку вплинули на різноманітні культурні сфери сучасного життя. Потреба в обмірковуванні розказаного виникла ще за часів Протагора. Він був одним з перших, хто спробував розкрити всі можливості діалогічної форми оповіді. Зацікавленість структурою оповіді також можна простежити в працях Платона (поділив оповідь на просту та наслідувальну) та Аристотеля (акцентував увагу на героєві та дії, як головних складових оповіді).

Вивченням і пізнанням наратології активно займалися і опікувалися Ж. Адам, Ж. Женетт, Т. Павел, Дж. Прінс, В. Шмід тощо, а в українському журналістикознавстві – О. Ткачук, А. Іващук, Л. Шутяк, В. Сірук, Ю. Осадча, В. Поліщук, І. Папуша та ін.

У масовій свідомості вкоренилося упередження, що наративи живуть виключно в літературній площині і є частиною мистецтва слова. Але канадський лінгвіст Мартін Крейсморт впевнений, що наратив – це сфера мiждисциплiнарних зв’язків. І досліджуючи науковий дискурс можно твердо сказати, що наративний пiдхiд застосовується майже у всiх галузях спрямованих на пізнання світу та отримання знань: iсторiї, соцiологiї, психологiї, культурологiї, фiлософiї тощо. Так наприклад, американський економіст Роберт Шиллер вважає, що наративи – це вражаючі вірусні історії, які впливають на людей і на їх економічні рішення в тому числі. Цю думку він відстоює у своїй книзі «Наративна економіка: як історії стають вірусними і визначають великі економічні події». Шиллер переконаний, що наративи вже давно увійшли в науку, але в економічній сфері вони поки що не так популярні. Його основна теза: «Більшість людей не реагують на аналітичні дискусії – вони бажають почути історії, розповіді, з якими вони здатні себе асоціювати і які відображають їх власний всесвіт», – демонструє всю суть наративів і може бути застосована до будь-якої галузі людської діяльності [10].

Поняття наративу в всесвітньому контексті найчіткіше відображає словник Вебстера: «Наратив – це філософський концепт постмодерну, що сфокусований на процесі самопізнання за допомогою способу розповіді та творення унікального тексту [11]. Найвагомішою ознакою наративу є його самодостатність і самоцінність. Як характеризує Р. Барт – процесуальність розповіді розгортається «заради самої розповіді, а не заради прямого впливу на дійсність, тобто, у фіналі важливо, що сказано і як, а ось ефект буде визначено реакцією реципієнта» [12].

Американський літературний критик Фредрік Джеймсон зауважував, що «наратив – центральна функція або приклад людського розуму» [13]. Французький мислитель Жан-Франсуа Ліотар описував нарацію, як «найбільш істотну форму пізнання». За його спостереженнями, найпростішою формою нарації є поєднання іменника з дієсловом, тобто «хто? що? зробив» [13].

У свою чергу канадські дослідники наративiстики Й. Брокмейєр i Р. Харре пропонують власне визначення: «Наратив – це слово для позначення спецiального набору iнструкцiй i норм, якi встановлюють, що слiд i чого не слiд робити в життi, I якi визначають, як той чи iнший iндивiдуальний випадок може бути iнтегрований в якийсь узагальнений i культурно встановлений канон» [14, с. 37].

Сучасна медіасфера активно трансформується. З'являються нові формати, жанри й форми відображення навколишньої дійсності. Саме тому творці контенту та медійники шукають засоби, які допоможуть утримувати увагу аудиторії. З метою актуалізації читацького інтересу журналісти все активніше звертаються до наративних технік.

У 2002 р. було опубліковано «Наратологічний словник» О. Ткачука, у якому вперше у національному науковому просторі було схарактеризовано термінологічну складову теорії оповіді, з’ясовано зміст наратологічних категорій, а також семіотичних та лінгвістичних понять, що розширюють поле для творчої діяльності авторів та журналістів.

Оповідь (наратив) є однією із найважливіших складових комунікації. Наратив – це репрезентація реальної або вигаданої події, що виходить на широкий загал завдяки майстерності наратора, який за допомогою комунікативних та художніх моделей надає історії певну форму [15, с. 73]. Трактуючи цю дефініцію, вітчизняна науковиця А. Кривопишина пропонує свій варіант: «Наратив – тип тексту, що відрізняється від інших текстів тим, що його зміст становить собою історію – певним чином скомбінований ланцюжок подій, що відбуваються в певному просторово-часовому контексті з конкретними людьми (героями). Можна припустити, що особливості оповіді визначатимуться саме типом літературного тексту – масового чи елітарного» [16]. А інша українська вчена О. Мiшалова так описує наратив: «Наратив є складним мiждисциплiнарним методологiчним конструктом, який об’єднує в собi предмет i метод гуманiтарних наук» [17, с. 160]. У національному науковому дискурсі найчастіше наратив сприймається як продукт літератури. У той час, як ми вже згадували раніше, в американському контексті наративи можуть бути притаманні будь-якій сфері людської діяльності. Адже де є людина, там завжди буде і наратив. Оскільки герой не може жити без комунікації, а комунікація передбачає постійний обмін інформацією, який і відбувається за допомогою історій.

Дефініція «наратив» утворилася від санскритського «gna» – що означає «знати» і далі вже з'єднавшись з латинським розповідати («narrow») набуло цієї форми, яку ми знаємо сьогодні – «narrative». Це визначення відображає дві найголовніші функції наративу: наратив виступає не тільки як форма наділення знань та інформації вигляду чогось матеріального, а й це також спосіб їх передачі. Разом з тим, ця сукупність відомостей, може і не бути обов'язково сталою. Наратив виступає тим продуктом творчої діяльності, що закликає людину до активного розумового процесу з метою осягнення і усвідомлення навколишньої дійсності. Таке виважене прочитання наративу допомагає людям вирішувати свої проблеми і чітко розуміти як дійсність впливає на них персонально. Більш того, саме наратив робить людей людьми, оскільки це доводить філософське положення французького мислителя та вченого Рене Декарта: «Я мислю – отже існую».

Наратив – це не тільки об’єкт, а також процес, адже в його основі закладено передачу певної інформації від однієї особи до іншої або ж до широкого загалу з метою поінформувати, розважити, привернути увагу або навіть шокувати аудиторію. Він може існувати в усній, писемній формі, а також у різних видах мистецтва (живопис, музика, скульптура). Різноманітними є способи вираження розповіді: короткі оповідання, епоси, міфи, фольклорні казки, легенди й балади, історії, романи та ін. «Наратив з’являється в кожному людському суспільстві, відомому історії й антропології, оскільки всі люди знають, як створювати і як сприймати наративи з раннього віку» [15, с. 73].

Наративи мають досить багатогранну структуру, тому їх можна класифікувати за такими параметри. Так, за типом оповіді наративи бувають від 1-ї і від 3-ї особи. Наративам від 3-ї особи притаманна знеособленість, об'єктивність, основна мета – передати подію. Наративи від 1-ї особи – суб'єктивні; вагому роль відіграє автор. Їх завдання в тому, щоб сформувати певну думку стосовно актуального питання та поділитися з аудиторією власним досвідом. Також існує класифікація за типом розповіді: розповідь про себе, про інших, розповідь про явище, розповідь-роздум [18, с.12].

Сам по собі без будь-якого смислового навантаження наратив не може існувати. Продукування наративу повинно мати певну мотивацію. Вчений І. Папуша пропонує три види мотивації для створення наративу: 1) **причинну** **(каузальну**) мотивацію, пояснюючи, що кожна історія має причину появи й вона повинна бути описана; 2) **кінцеву** (фінальну) мотивацію, яка наявна, коли причина перебігу подій в наративному світі залежить від поворотів долі; 3) **композиційну** мотивацію, яка вказує на функції події в структурі оповідного твору. Тому, історія – це широка структурна одиниця, найважливішими елементами якої є хронологія, каузальність, телеологія та інтенційність [19, с. 29].

Наратив повинен мати причинно-смислову складову, але при цьому враховувати очікування й зацікавленість аудиторії. Закодований у масовій свідомості наратив містить такі елементи:

1) реальність твориться в мовній площині й кожен може виступати в ролі наратора, розповідаючи або ж оформляючи письмово свою історію;

2) наратив – це логічно вибудуваний текст, який гармонійно існує в часопросторовій площині й відображає особисто пережитий досвід героя;

3) робота з матеріалом – це не тільки виклад історії, а цілий ланцюжок послідовних дій: збирання, перевірка та оформлення інформації. Текст не живе сам по собі, він вписаний у конкретно затребуваний формат.

Розповідаючи історії, людина створює власний світ, але він має бути вписаний у контекст сьогодення. Дослідниця В. Сірук характеризує наратив як традиційне прагнення людини до естетичності та бездоганності, підкреслює, що продукування власних історій дозволяє автору показувати світ, яким він хоче його бачити і не завжди таким, який він є насправді: «Людська здатність розповідати історії стає, з погляду сучасної теорії, головним способом осмислення й упорядкування навколишньої дійсності. З нею людина оформлює свій досвід, забезпечує його змістовність. Отже, будь-який наратив (і художній зокрема) суб’єктивується, а літературна компетенція реципієнта зумовлює постійно нову трансформацію образності художнього наративу, його нову реконструкцію» [20, с. 8]. Наратив – це той інструмент, який дає можливість особистості переосмислити культурно-ціннісний досвід минулих років і створити щось актуальне для сучасного світу. Традиція наративу не нова, але вона безумовно трансформувалася з огляду на час, розвиток технологій і інтереси публіки. Також оповідь неабияк впливає на людське мовлення, надаючи йому індивідуальності, збагачуючи його новими дефініціями та поняттями та розширюючи ораторські та писемні можливості розповідача.

Кожна людина здатна розповісти історію із набутого досвіду, описати власне життєве середовище, різні казуси й негаразди. І в кожного вийде своя історія, адже реакція на одну й ту саму подію у двох авторів буде різною, іноді полярно різною. Це демонструє найважливішу рису наративу, без якого він не існує – суб'єктивність.

Саме тому наратив потужно входить у журналістику, адже техніки наративу ефективно й майстерно допомагають читачеві осмислити складне в інформаційних або ж аналітичних текстах, привертають інтерес публіки (історії завжди користувалися великим попитом в мистецтві або ж журналістиці) і навіть на багатьох медійних платформах читача заохочують залучатися до процесу творення історій та ставати повноцінним учасником.

**Наративна журналістика**

Головна характеристика наративних журналістських публікацій – суб’єктивний погляд та виклад історії або сторітелінг, наявність якого важлива не для подання факту, а для відображення драматичних колізій суспільного життя, що оформлені як сторіз. Матеріал, написаний за допомогою технік наративу, має драматичну складову, конфлікт, що динамічно розгортається, вдалий сюжет. Характеристики наративної журналістики та сторітелінга актуальні й для лонгріда, але при переході з друкованого середовища до інтернет-простору додатково використовуються фото, відео, інфографіка, посилання для увиразнення теми та налагодження контакту з читачем [21].

Серед світових дослідників немає сумнівів, що таке явище як наративна журналістика зародилося саме в США. Але коріння наративу ми можемо простежити ще за часів античної Греції, де в усній формі оспівувалися міфи, і історія була однією з форм пізнання світу і трансляції отриманих знань.

На сьогоднішній день серед американських вчених немає єдиної згоди, коли саме цей напрямок в журналістиці виник. Одні вважають, що наративна журналістика зародилася на початку XVIII століття з появою роману, бо вже тоді романісти (Д. Дефо, Дж. Свіфт), які мали досвід у журналістиці, використовували в своїх романних наративах журналістські прийоми [22, p. 2]. Крім того, вже на початку XVIII століття деякі письменники створювали абсолютно достовірні нарисові замальовки (sketches), які були засновані на реальних подіях. Наприклад, Д. Дефо опублікував «The Storm» (1704) – твір, що описує історії людей, які пережили катастрофи (Дефо збирав інформацію для книги, просто давши оголошення в газеті).

Інші дослідники впевнені, що справжній старт наративної журналістики – це період після закінчення громадянської війни і аргументують цю думку прикладом творчості таких письменників як С. Крейн, Х. Хепгуд і ін. [23, p. 22]. Дослідження видань того часу демонструє, що більшість публікацій про війну – це наративи, що презентовані у хронологічному порядку, а не матеріали побудовані за принципом «перевернутої піраміди» [24].

Треті вірять, що початок наративної журналістики – це кінець XIX ст., коли власник газети The New York World Дж. Пулітцер почав видавати свою газету, яка була насичена інноваційними статтями-історіями, для визначення яких вперше був введений термін «нова журналістика» [25].

Також істотний внесок в розвиток наративної журналістики зробило «втрачене покоління» (1920–1930-ті рр.). Письменники того часу описували фронтові будні («Три солдати» Дж. Дос Пассос (1921), збірка оповідань У. Фолкнера «Ці тринадцять» (1926), «Прощай зброя» (1929), «П'ята колона» (1937) Е. Хемінгуея та ін.) і післявоєнну дійсність – «епоху джазу» ( «І сходить сонце» Е. Хемінгуея (1926), «Солдатська нагорода» (1926), «Москіти» (1927) У. Фолкнера, «Прекрасні, але приречені» (1922), «Великий Гетсбі» (1925), новелістичні збірки «Розповіді джазового століття» (1922), «Всі сумні молоді люди» (1926) Ф. Скотта Фітцджеральда та ін.).

Хоча автори «втраченого покоління» не входили до певного літературного угрупування, але їх поєднувало те, що вони викладали реальні повоєнні факти, використовуючи ефект «занурення», у формі художніх творів, а не газетно-журнальних статей . Загалом, журналістські наративи в цей період сприймалися як продукти художньої літератури, засновані на фактах, а не як медійні роботи, тобто до них не висували суворі вимоги чіткої фактографічності. Письменники «втраченого покоління» показали усю привабливість цієї форми комунікації. Адже не існує жорстких обмежень, а є простір для творчості – вибір теми, героя, місця і подій. Єдина умова – ніхто не вигадував, кожен на власному досвіді проживав описане.

Суттєвий внесок письменників «втраченого покоління» в розвиток наративної журналістики полягає в тому, що вони ввели такі обов’язкові елементи журналістського наративу, як символічна деталь, діалог з підтекстом, уявлення подій «сцена-за-сценою» (Е. Хемінгуей), композиційну фрагментарність і монтаж (Дж. Дос Пассос), поліфонізм (У. Фолкнер) [26].

Але безумовно свій початок у тій формі, до якої ми звикли сьогодні, наративна журналістика (у межах якої, зазвичай, виокремлюють такий жанр, як художній/літературний репортаж) бере в 60–70 рр. ХХ ст. у США, коли вибухові політичні та культурні події (рух проти війни у В’єтнамі, боротьба за рівноправ’я, сексуальна революція) породжували активні спроби оновити журналістику за допомогою залучення літературних жанрів, стилістики, образності та суб’єктивності. Тому у 1960-х та 70-х рр. з’явилось таке поняття, як «новий журналізм». Воно виникло під впливом руху американських журналістів, які об’єдналися проти так званої «об’єктивної» новинної журналістики. «Новий журналізм» – це відгалуження у медіа-сегменті, що поєднує у собі журналістські дослідження з техніками письма художньої літератури, які реалізувалися в репортажах-історіях про реальні події. Нова журналістика була представлена такими авторами, як Том Вульф, Норман Мейлер, Трумен Капоте, Гей Талезе та Джоан Дідіон. Ці «вільні» журналісти, які як і їх консервативні колеги, у своїх роботах спиралися на факти, але дозволяли собі значно більше, ніж традиційна преса. За свій нестандартний, для того часу, стиль письма вони часто піддавалися критиці, що нібито надто швидко і вільно «жонглювали» та «гралися» з фактами. Як вважає літературний журналіст Трейсі Кіддер: «Деякі люди мають дуже клінічне уявлення щодо журналістики. Це антисептична думка, що ви не можете представити набір фактів у цікавий спосіб, не заплямовуючи їх. Це абсолютна нісенітниця, що вбиває творчість» [27].

У США до наративної преси можна віднести такі журнали: *The New Yorker, The New York Magazine, Esquire, Harper`s, Atlantic Monthly*, в яких традиційно друкувалися репортерські історії, а в кінці XX ст. почали видаватися журнали, що спеціалізуються виключно на журналістських наративах: з 1994 року – *Creative Nonfiction* , з 1999 – *Fourth Genre і River Teeth*. Також існують інтернет-видання: *Nieman Storyboard, Brevity, Atlantic Unbound.*

Журналістські наративи того часу були присвячені основним соціокультурним темам: осмислення Другої світової війни (Дж. Херсі «Хіросіма» (1946), К. Воннегут «Бійня №5, або Хрестовий похід дітей» (1969), Т. Пінчор «Веселка земного тяжіння» (1973), війна у В'єтнамі (Н. Мейлер «Армії ночі» (1968), М. Герр «Репортажі» (1977), Т. О'Брайен «Слідом за Каччато» (1978)), політичні викриття (Б. Вудворд і К. Бернстайн «Вся президентська рать» (1976), серія статей Т. Уайта «Як твориться президент» (1960)), расові проблеми (Дж. Болдін «Імені його не буде на площі» (1972)), кримінальні історії (Т. Капоте «Холоднокровне вбивство» (1965), Н. Мейлер «Пісня ката» (1980)) та ін.

Серед найбільш популярних та класичних прикладів наративної журналістики, більшість дослідників пропонують звернути увагу на твір Джона Херсі «Хіросіма», який з'явився у 1946 р. на сторінках *The New Yorker*. На думку публіцистів, а зокрема мексиканської авторки Хімени Гомес Рамірес: «*The New Yorker* є колискою наративної журналістики, і на його сторінках можна знайти багато класичних прикладів» [28].

Матеріал подано у формі репортажу і розповідає про долі шести жителів Хіросіми, яким вдалося вижити після падіння атомної бомби на місто. Автор відвідує Хіросіму, спілкується з тими, хто вижив і стає очевидцем того, як після такої страшної трагедії ці люди намагаються повернутися до нормального життя, коли перед очима стоїть смерть, втрата близьких, практично повне знищення рідного міста і тотальне нерозуміння, а що робити далі. Херсі деталізовано показує страшні сцени і розруху: герой хоче вийняти жінку з завалу, але коли він бере її за руки, її шкіра злазить, як рукавички. І таких сцен, де смерть панує навколо неймовірна кількість, але вони позбавлені істерії і зайвої емоційності. Саме точність, фактографічність, деталізація і включеність героїв, що пережили свій досвід та готові поділитися ним (діалоги, спогади, реакції і репліки) роблять цю публікацію журналістською, а не літературною.

Зараз ми спостерігаємо черговий сплеск зацікавленості до наративної журналістиці. В цілому, журналістські наративи створюються за правилами, які набули чинності ще півстоліття тому. Але сучасна наративна журналістика все ж таки відрізняється від «нової журналістики» 1960-х рр. підвищеною вимогливістю до правдивості: якщо в 1960-х рр. відповідальність за подання фактів брав на себе лише автор, то зараз у ньюс-румах журналістські наративи перевіряються спеціальними людьми – факт-чекерами [29].

Найбільш затребуваними темами сьогодення є: історії звичайних людей («Запах грошей» У. В. Меджора (1999)), кримінальні, військові наративи («Чечня. Рік третій» Дж. Літтелла (2009), «Найсміливіша жінка Сіетлу» Е. Сандерса (2011) і ін.), оповідання про стихійні лиха і катастрофи («Крах леді Мері» Е. Е. Натт (2011)).

Враховуючи вищенаведені характеристики, варто відокремлювати наративну журналістику від есеїстики, адже наративна журналістика спирається на реальні факти, які вибудовуються у сюжет, а есеїстика допускає наявність рефлексії автора та його власних суджень стосовно описуваного предмету. В американській пресі, де термін з’явився вперше, це широке визначення справедливо ототожнюють з такими поняттями, як літературна журналістика, творча документалістика та нова журналістика [1]. Серед дослідників все ще точаться дискусії щодо визначення єдиної дефініції для цього виду творчої діяльності, але питання залишається відкритим і кожен використовує персонально зручне визначення для характеристики перетину літературних і журналістських праць.

Наприклад, російська дослідниця С. Бозрікова, яка однією з перших на пострадянському просторі почала вивчати наративну журналістику, пропонує власне визначення: «Наративна журналістика – це частина художньо-документальної літератури, що представляє гібрид журналістики та літератури, яка включає в себе деякі художньо-публіцистичні жанри (не всі), але не обмежується лише ними» [30].

Наративну журналістику часто дорівнюють журналістиці літературній. Це пов'язано з тим, що наративна журналістика використовує літературні техніки і дозволяє автору презентувати його персональну думку щодо описаної події. Але варто зазначити, що з одного боку, журналістика охоплює набагато вужчу область, ніж наукова література. До наукової літератури входять такі жанри, як публіцистичні тексти, а також мемуари, біографії, есе тощо. Безумовно, усі ці типи письмової діяльності базуються на фактажі. Але не усі вони можуть претендувати на звання «точні». Як стверджує у своїй роботі «Правдиві історії: століття літературної журналістики» науковець Норман Сімс: «У світі журналістики точність представлена як символічна домовленість з читачем, і це також стосується роботи літературних журналістів (наративістів)» [31]. Автор має на увазі, що в будь-якому журналістському тексті, повинна бути наявна точність, але вибір тематики матеріалів продиктовано сьогоденним смаком читача, що суттєво впливає на продукування контенту у сучасних ЗМІ.

З іншого боку, наратив конкретизує дійсність, надаючи їй статусу реальності. Адже творча або літературна діяльність цілком допускають вигадку, що дозволяє сюжетові розгортатися більш динамічно. На думку дослідника Джека Харта, основна мета наративної журналістики полягає у тому, щоб розповісти історію, яка «розкривала б істини, які не під силу звичайному інформаційному звітові новин» [32].

Працюючи над дослідженням наративної журналістики, бельгійська вчена Марі Вануст у своїй публікації «Визначення наративної журналістики через концепцію сюжету» характеризує журналістський наратив, як історію, в якій герої виконують дії, що розгортаються з часом у певних обставинах [1]. Цей концепт підкреслює три основні константи наративної журналістики: герой, час і місце. У таких умовах автор використовує техніки письма, які чітко відповідають «літературним». До їх числа можна зарахувати використання голосу, методи, що дозволяють створити форму читацького досвіду (деталі, висловлення думок і почуттів, реакції та емоції), і прийомів, сфокусованих на захоплення та підтримку зацікавленості сюжетом у аудиторії (тобто напруження, конфлікт, спроби вирішення тощо). Ідея журналістського наративу полягає у тому, щоб сформувати розуміння оточуючого світу, показавши його переваги та недоліки. Наративи у мас-медіа, зазвичай, сформовані з узагальнених фрагментів, які можуть бути оповідними текстами, але можуть бути і більш аргументованими публікаціями, такими як редакційні статті, або навіть у вигляді візуальних продуктів: фото, малюнки, карикатури тощо. Спираючись на дослідження публіциста М. Рікетсона за 2004 р., то найбільш популярними темами журналістських наративів є: злочин, катастрофа, війна, біографія, спорт [33].

Основна проблема, що викликає занепокоєння у редакторів та видавців щодо наративної журналістики, полягає в тому, що, оскільки це симбіоз фактів та почуттів, можуть виникати певні протиріччя. Останнім часом багатьох авторів в Америці звільняють саме через те, що вони додають до своїх творів неправду.

Частина журналістів, яких звинувачують у вигадуванні деталей, справді були винними, а ось інші аргументували тим, що вони просто неправильно трактували побачені ситуації. Але не варто нічого вигадувати заради складного та яскравого сюжету, оскільки за словами дослідника А. Франка, історія не повинна мати жодного прихованого сенсу, який читач має розшифрувати. «Не всі історії створені, щоб бути проаналізованими, є ті, які варто просто прочитати», – говорить Франк [34, с. 6]. Звичайно ж журналістський текст повинен нести певне смислове навантаження і показувати читачеві проблему, яка реально існує. У наративній журналістиці текст не продукується заради гарної історії, він створюється для того, щоб відобразити досвід героя, показати проблему і звернути увагу на актуальні події. Але в подачі не повинно бути недомовок, прихованості, а заявлена інтрига має бути розкрита.

Наративна журналістика – це досить молоде поняття, яке застосовує інший підхід до роботи з фактажем і його поданням: матеріал презентовано за допомогою «занурення» (знаходження в просторово-часових рамках і вивченням героя в конкретній ситуації) і відображено крізь призму сприйняття автором буття, з використанням художніх прийомів [30]. Дослідження нагород «За міжнародний репортаж», яке було проведено в 2010 р., засвідчило, що саме наративи, а не класичні статті «є на сьогодні найвищим культурним капіталом в галузі журналістики» [30]. У 2010 р. Ентоні Шадід як член редакції *The Washington Post* отримав Пулітцерівську премію номінації «Міжнародний репортаж» за серію репортажів з Іраку, де відобразив як після війни іракці відновлюють мир і порядок у своїй країні. Він описав стан Багдаду після війни, поспілкувався з місцевими жителями і продемонстрував, як у сучасному світі люди намагаються повернутися до нормального життя після трагічних подій. Кінематографізм, драматичність, фактаж, прийоми інтерв'ю зробили текст більш насиченим і яскравим, зануривши читача в непрості події того часу.

У число фіналістів також увійшли Борзу Дарагахі з *Los Angeles Times* – за його висвітлення спірних виборів в Ірані та їх кривавих наслідків, відзначених коментарями з перших вуст та портретами людей, які були свідками та Девід Роде з *The New York Times* – за його захоплюючу розповідь про те, як він був ув'язнений талібами протягом семи місяців до його драматичної втечі, використовуючи деталізований опис, щоб незабутньо зобразити своїх войовничих викрадачів.

Наративну журналістику можна схарактеризувати таким чином: наративу в журналістиці властива драматична структура, яка окреслює наявність, розвиток і підсумок конфлікту та має чітко вибудувану сюжетну лінію (незважаючи на те, що матеріали класичної журналістики пишуться за принципом «перевернутої піраміди»). У наративній журналістиці спосіб подання інформації не газетний, а літературний, із застосуванням художніх прийомів. Стосовно думки автора, у традиційних ЗМІ це – теза, яку мають довести, у центрі публікації – подія, а ось у наративі цілком допустима суб'єктивна позиція журналіста [35].

Марк Крамер – дослідник в галузі наративної журналістики виділяє такі важливі елементи:

1. Побудовані сцени.

2. Опрацьовані персонажі.

3. Дія розгортається в конкретних часових рамках.

4. Голос уособлений.

5. Окреслені стосунки з читачами.

6. З'ясовані тема, мета і причина [36].

Як ми вже згадували, журналістський наратив поєднує властивості літератури (драматична побудова сюжету, художній стиль, яскраво виражена позиція автора) з прийомами журналістики (фактографічна точність, актуальність). Обов'язковою умовою створення журналістського наративу є занурення. Актуальність журналістського наративу несе в собі значущість, близькість його теми для аудиторії в конкретний проміжок часу.

Занурення передбачає тривале перебування автора серед героїв історії з метою всебічного розгляду ситуації, «обстеження» її зсередини.

Фактографічна точність передбачає, що в журналістському наративі не створюються типові й упізнавані образи, а описуються реальні люди та ситуації, що відбулися. Використання вимислу з метою більш сильного впливу на аудиторію вводиться вкрай обережно, щоб не порушити композицію матеріалу, який втративши свою достовірність здатний лишитися довіри читачів.

Драматична структура передбачає використання класичної схеми драматичного сюжету, властивої художньому твору (експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація, розв'язка), а також подання точної інформації. В такому матеріалі посилання неприпустимі, все, що хоче передати автор має бути описано.

Для максимальної точності зображення наявність діалогів, внутрішнього монологу обов'язкові. Присутність автора в роботі – це не оціночна рефлексія, а зважена думка, яка аргументована.

Зростання популярності використання наративних технік дослідниця К.М. Шиліхіна пояснює тим, що «причина такої затребуваності полягає не тільки в складності самого об'єкта, але й в особливій культурній значущості наративу: цей спосіб не тільки повідомляє про певну послідовність подій, а й розповідає про отриманий досвід, пережиті почуття й емоції, пов'язані з описаними фактами» [37, с. 59]. Цей прийом репрезентації новин активно використовується ЗМІ (особливо на Заході) з метою залучення та утримання інтересу аудиторії. Американські дослідники і журналісти відзначають зростаючу останнім часом популярність наративної журналістики [38]. І багато мас-медіа у своїй роботі дотримуються гасла, яке продиктовано уподобаннями сучасної аудиторії: «Не читай мені новин, розкажи історію».

Що стосується наративної журналістики в Україні, то в нарисі М. Титаренко, присвяченому новому журналізму, вона впевнена, що наративна журналістика в Україні все ж таки є [39]. Хоча для її розвитку не підготовлено той ґрунт, що сприяв би популяризації цього напрямку. Тобто спроби подачі інформації за допомогою наративу є, а ось спеціальних курсів, посібників перекладених українською мовою в національному просторі дуже складно відшукати. На думку М. Титаренко, українська наративна преса сьогодні представлена жіночими іменами таких авторок, як Х. Шевчук-Старицька, О. Забужко та М. Матіос [39]. Саме їх діяльність підпадає під розділ нон-фікшн і є прикладом наслідування традицій Т. Вульфа.

А дослідниця О. Сердюк характеризує наративну журналістику як «гібридну форму», яка «стирає кордони між белетристикою і документалізмом», що з’явилася завдяки «синтезу наукової достовірності та художності, форму, що пропонує нові шляхи передавання інформації читачеві» [40]. А тим часом, Т. Денисова позначає наративну журналістику (НЖ) як один з проявів американського постмодернізму, а саме «морального реалізму» [41, 318]. Т. Денисова відстоює думку, що НЖ народилася з площини історії, а не літератури, бо зміни у світі потребували нового «прочитання історій» [41, 319].

Контент національних ЗМІ не рясніє проявами «чистої» наративної журналістики. В Україні НЖ» почала активно проявлятися наприкінці 90-х рр. і досі залишається на початковій стадії формування. Однією із спроб писати в площині наративної журналістики став мистецький журнал «НАШ», що виходив у Дніпрі з 1998 по 2008 роки. Видання позиціонувало себе як оригінальний проект, і завдяки попиту аудиторії, перейшло у щомісячний формат. Інтерв’ю, що з’являлися на сторінках щомісячника межували з жанрами репортажу, есе та подорожнього нарису. Вони відображали історію героя за допомогою технік інших жанрів. Але герой та його історія завжди залишалися в центрі. Головними героями журналу ставали художники, психи, злочинці, похмурі генії, відомі музиканти, актриси і актори, режисери, композитори, мистецтвознавці, літератори, романісти, пацифісти і нацисти.

Однак через брак коштів та кризу в країні, видання перейшло в онлайн-формат. Це суттєво вплинуло на якість матеріалів. Як стверджують видавці, арт-журнал «НАШ» на своїх сторінках показував гумор, панк, красу, естетичне потворність, хороші фільми, музику, тексти, радість, веселощі, шаленство, рок-н-рол, наркотики, літературу, книги, художні роботи, картини, сучасне мистецтво, перформанси, скульптури, цікаві репортажі та усе це супроводжувалося неймовірно яскравою графікою та високим рівнем роботи графічних дизайнерів. Наприклад, в №6 за 2001 рік, на сторінках був представлений репортаж «Rock-Berlin», в якому місто постало, як один із центрів зародження авангардного напрямку в творчості і розвитку рок-музики після розпаду СРСР. Також в тексті описаний фото-гайд найцікавіших арт-локацій Берліна, які є обов'язковими до відвідування.

Безумовно наративна журналістика України – це ще досить молода галузь творчої діяльності, яку належить вивчити і розвивати у національному медіа-просторі. Джерела українського наративу пов'язують з діяльністю таких авторів, як Т. Шевченко, І. Франко, П. Куліш, М. Костомаров, Л. Глібов. Адже кінець XIX – початок XX століть є розквітом українського журналізму і представлений появою багатьох українських видань і альманахів: «Утренняя звезда», «Ластівка», «Основа», «Українська хата». Основною тематикою цих часописів було формування української ідеї та думки, а головний наратив – це становлення українства, пережитий досвід авторів на шляху до відстоювання незалежності України. Нерідко героями своїх публікацій ставали самі письменники (інколи ховаючи себе за вигаданими персонажами), які були і спостерігачами, і учасниками творення культури та історії української держави.

Одним з прикладів тодішньої наративної журналістики можна вважати твір Пантелеймона Куліша «Листи з Хутора», що був опублікований у 1861 р. в журналі «Основа». 5 листів зображують філософію хуторянства та написані від імені героя – Хуторянина. Особливо яскраво техніки наративності можна побачити у п’ятому листі «Хто такий Хуторянин», у якому головний персонаж розкриває походження своєї родини, описує історію України за останні кілька віків, наголошує на складних відносинах українського народу з Російською імперією. Автор чітко окреслює місце, яке описує: «Живу, я, коли хочете знати, на річці Говтві. Гарна була въ старовину річка; воювали на ній козаки зъ ляхами й татарами не згіршъ якъ и на Сулі, та случилась якось така причина» [42]. Завдяки цьому публіцистичному творові П. Кулішу вдалося висловити свою позицію стосовно українського питання та засудити політику Росію по відношенню до України, а також підтримати позицію Т. Шевченко стосовно національної ідентичності – чужому навчаюсь, не цуратися свого: «У мене й сини й дочки шуплять усякі мови чужоземні и одно одного навчае, а про-те – одежа на ихъ проста, недорога, и вони въ мене зовсімъ-таки люди, а не паненятка» [42]. Історія та досвід головного героя, думки автора стосовно описаного, реакція на злободенні реалії – є найтиповішими маркерами наративної журналістики.

Сучасний мас-медійний дискурс дуже швидко змінюється й активно вбирає в себе нові техніки й методи просування контенту для залучення масової аудиторії. У сучасному журналістикознавстві проблеми наратології неймовірно актуальні, адже вони в певному сенсі диктують правила для відтворення тексту, який читатиме аудиторія. Сучасні наративні техніки дозволяють аналізувати текст, зазирати у внутрішній світ героїв, спілкуватися з читачем, враховувати його смаки та навіть дискутувати з ним. Перспектива зміни думки дуже приваблива, оскільки це дозволяє ще глибше зануритися в матеріал, вивчити портрет героїв і зрозуміти причини їх розповіді певної історії. Щоправда, деякі можуть звинуватити журналістські тексти в наслідуванні літературним, адже наратологія в традиційному розумінні – це прерогатива художнього слова, а не інформаційного. Але емоційність, життєвість, ситуативність і персоналізація є тими прийомами, на які аудиторія реагує найкраще. Отже, поняття меж, форм і жанрів поступово розмивається, основним завданням стає – написати текст, який буде продаватися. Саме тому наратив є перспективним, особливо в медійному полі, коли світ активно «пірнув» у диджитал-сферу.

**1.2** **Сторітелінг як технологія наративної журналістики**

У сучасній картині світу поняття «сторітелінг» стало вагомою частиною багатьох cфер діяльності: педагогіки, бізнесу, маркетингу, літератури, преси. І сучасну журналістику складно уявити без історій реальних людей, які активно діляться своїм персональним досвідом та заявляють світові про себе. Хоча мистецтво оповіді далеко не нове явище для людства. Але історії завжди мали актуальність і були затребувані серед масової аудиторії. У національному науковому просторі питаннями сторітелінгу займалися такі вчені: М. Бакунін, Л. Василик, П. Воловік, І. Горбачьова, Н. Заяц, С. Калінін, Д. Каплунов, С. Крутько, А. Медвєдєва, А. Путятіна, Р. Скрупник, Д. Тамашина, І. Побідаш.

У широкому сенсі сторітелінг – це обмін інформацією з використанням картинки. Суть полягає в тому, що сторітелінг існує завдяки важливим складовим: теза і приклад. Цю ідею пропагує австро-англійський філософ Людвіг Вітгенштайн у своїй роботі «Логіко-філософський трактат». На його думку, основна теза історії підкріплена конкретним прикладом, зазвичай з життя героя. В даному контексті картинка – це асоціація та образи, що виникають, коли читач заглиблюється у сюжет історії. Принцип «теза+приклад» може бути застосований, як для коротких історій, що живуть сьогодні у площині соціальних мереж, так і для великих текстів, де приклади можуть розростатися та ставати лонгрідами [43]. Практикуючий журналіст та публіцист Марк Лівін так описує мистецтво розповідати історії: «[Сторітелінг] – це обмін цінностями за допомогою картинок. Для когось цінність – діти, для когось – сім'я, для когось свобода чи він сам. Якщо цінність прибрати з життя, людина буде страждати. Вона є внутрішньою електростанцією, яка забезпечує життя світлом» [44]. Тобто історія обов'язково повинна бути насичена емоціями і бути зрозумілою аудиторії. У хорошій історії образи, герої, ситуації повинні знаходити відгук у читача і не залишати його байдужим.

Як вважає дослідниця І. Побідаш: «Під поняттям сторітелінг розуміємо ефективний метод донесення інформації до аудиторії, мотивацію людини на вчинок, досягнення найвищих результатів діяльності – і все це завдяки розповіді історії» [45]. Історія не може існувати просто так, вона повинна бути забарвлена смислами і нести закодовану інформацію, яка реалізовується у формі розповіді. Основні цілі історії простежуються в традиційній формулі: розважати; інформувати; надихати; мотивувати; застерігати; відстоювати власні погляди; переконувати [45].

Дослідники виокремлюють такі основні прийоми сторітелінгу: головний задум, який пояснює для чого створена історія; сюжет, що реалізується завдяки технікам драматургії; головний герой, який має чим поділитися, досягає своєї цілі та стикається з конфліктом; ворог або конфлікт, який заважає досягнути мети та змушує рефлексувати читача. Марк Лівін підкреслює, що варто враховувати ще один прийом сторітелінгу – наділення історії однією з трьох цінностей: інформаційною, емоційною, естетичною [44]. Завдяки інформаційності читач отримує чітку картину повсякденності та споживає новини у нетиповому форматі, емоційна цінність дозволяє прожити емоції та побачити в історії себе, а естетична цінність задовольняє людину у пошуку прекрасного та оригінального.

Так які ж ознаки повинна мати якісна історія і що варто враховувати сторітелерам при створенні свого унікального наративу? У медіасфері виділяють наступні критерії:

– актуальна та оперативна (історія важлива в момент, коли вона відбувається, адже кожна історія має свій термін придатності);

– дійсна та реальна (в основі журналістською історії завжди має бути факт);

– доступна та зрозуміла (історію не варто робити занадто складною та незрозумілою, аудиторія повинна розуміти, що хотів донести автор);

– персоналізована (в історії має бути присутній герой, що ділиться своїм досвідом);

– насичена емоціями (історія повинна бути щирою і наповненою, живою і яскравою);

– нова та захоплююча (історія відповідає реаліям буття сучасного читача і дає йому те, що він очікує отримати);

– динамічна (в «тіло» історії вбудовано сюжет, який розвивається і утримує увагу читача);

– мотивуюча (спонукає реципієнта замислитися над ідеєю, зробити свої висновки і зрозуміти для чого вона взагалі була створена).

Таким чином, сторітелінг – це справді технологія, що включає в себе поєднання принципів, інструментів, методів і технік. І вона є частиною нарації – передачі інформації через розповідання історії та трансформацію цієї історії в наратив. Наративна журналістська історія передбачає огляд подій в контексті розповідання про них. Суттєве тут – не оцінка події, а її інтерпретація. Звідси виникає – «самодостатність і самоцінність» способу викладу історії []. За словами медіадослідника А. Скворцова, комплексність сторітелінгу допомагає досягти драматизму журналістської історії [46]. Можна виділити наступні основні компоненти наративної журналістської історії [46]:

* Герой (або герої) – людина;
* Конфлікт – драматична ситуація, в яку потрапляє герой;
* Контекст – простір обставин, в яких опинився герой і де трапився конфлікт;
* Сюжет – послідовність вчинків героїв;
* Зміни – ціннісні метаморфози в житті героїв.

Також при побудові історії не варто забувати про правило 4Д: дії, дати, деталі та діалоги. Історія мусить динамічно розвиватися протягом сюжету, відображаючи дії героя. Вона живе в конкретних часо-просторових рамках, має початок та логічний кінець. Деталі дають максимально чітку картину описуваних подій та створюють «ефект присутності» у читача, а діалоги насичують текст включеністю проактивних, а не пасивних героїв.

Оскільки останнім часом «сторітелінг» стало доволі популярним словом у сфері журналістики, то сучасні медійники майже усю інформацію, та навіть новини намагаються подавати у вигляді історій звичайних людей. Проте деякі дослідники вважають, що сторітелінг здатний стати перешкодою для втілення головної місії журналістів – пошук істини [38]. Адже використовуючи жанр сторітелінгу автори намагаються зробити новину більш вагомою та цікавою для аудиторії, надаючи більшу увагу формі, а не змісту. На думку дослідника Мараса: «З одного боку, репортери надають факти. З іншого боку, це вчителі та оповідачі, які вимушені створювати яскраві матеріали, щоб навчати, переконувати та розважати» [47]. Намагаючись догодити запитам аудиторії, журналісти відхиляються від банального інформування і схиляються до загравання зі споживачем контенту.

Хоча наративна преса, наприклад, завжди була тією формою, що стоїть на перетині журналістики та літератури, сьогодні вона також розглядається як спосіб, завдяки якому медіа можуть відрізнити себе від блогів, новинєвих агрегаторів та псевдо-інформаційних публікацій у соціальних мережах в Інтернеті.

У сьогоднішньому інфополі між ньюсмейкерами і нараторами стирається грань і аудиторія сприймає оповідачів за творців контенту, яким можна безперечно довіряти. Але між ньюсмейкером і оповідачем однозначно не можна ставити знак рівності. Хоча усіх творців новин можна сприймати як оповідачів, журналісти можуть виступати у ролі оповідача, наприклад, під час роботи над репортажем. В такій ситуації оповідач – це лише тимчасовий образ, який приймає журналіст. Але сьогодні багато хто може сприймати оповідача, як журналіста, незважаючи на те, що він може не значитися у штаті редакції, не мати посвідчення і лише просто ділитися власними судженнями в соціальній мережі.

Така ситуація здатна викликати конфлікт двох видів творчої діяльності. Адже ті, хто використовують формат сторітелінгу вважають, що новинна журналістика втрачає інтерес читачів і майбутнє медіа – за історіями. Так в чому ж головні відмінності новини та історії і чому ці поняття зіштовхують лобами на медіа-ринку?

Перш за все варто відзначити як журналісти знаходять новини. Вони співпрацюють з різними джерелами інформації, які оперативно повідомляють про те, що сталося і що може бути цікаво людям. Оповідач же найчастіше описує тільки те, що бачив на власні очі.

Наступний аспект – це актуальність. Новина важлива тільки тоді, коли вона сталася. Якщо ж ньюсрум затягує оперативну подачу інформації, то вже завтра вона нікому не буде потрібна. А ось історія може жити більш тривалий час. Адже вона описує досвід героя, відображає його переживання і якщо ж цей «експірієнс» потрапляє під вічну тему (батьки і діти, любовні стосунки, політика, релігія), то опис пережитого може бути корисним для наступних поколінь читачів. Ці думки підтверджує режисер Pixar Е. Стентон: «Історія може подолати бар’єри часу – минулого, сьогодення, майбутнього – і дозволяє нам відчути подібність між собою через інших».

Третій пункт – це творчість. Найчастіше сторітелери – фрілансери і не залежать ні від кого, можуть самі вільно обирати про що писати і коли публікувати історію. Тому історія створюється в спокійному темпі, набуваючи своєї ідеальної форми. А ось мисливець за новинами працює в редакції і відстоює інтереси та політику видання, його робочі обов'язки і терміни чітко регламентовані. Для нього написання новин – це, зазвичай, повсякденне ремесло, а не творча діяльність.

Форма. Багато видань, які дотримуються традиційних поглядів ведення медіа-бізнесу, виступають проти розмитості жанру. Найчастіше новини пишуться за принципом перевернутої піраміди, з використанням п'яти W (хто, що, коли, де і чому?). В історії немає жорстких рамок, вона створюється так як її бачить автор. Але якщо ми говоримо про історію в пресі, то найчастіше вона набуває форми репортажу, оскільки медіа-наратив все ж таки має бути зрозумілим читачеві та мати певну структуру, що гармонійно поєднується з контентом видання.

Довіра. Як би там не було, але ЗМІ і досі користуються більшою довірою з боку читачів. Матеріал позбавлений емоційності сприймається правдивим. Тому маркер «новина» викличе більше довіри. Варто зазначити, що зазвичай новина за своїм обсягом коротша, ніж історія. І якщо читач не прагне зануритися у світ персонажів, а просто дізнатися, що відбувається навколо, то він вважатиме за краще обрати коротку новину, а не лонгрідну історію.

Час від часу у читача може виникати питання, а чому тематика історій така очевидна? Справа в тому, що автори враховують смак та попит аудиторії та спирається на «вічні» теми. У широкому сенсі аудиторія потребує банальних тем: гроші, секс, влада, приватне життя відомих та багатих, зовнішність, злочин, смерть. Такі історії зазвичай формують контент «жовтої преси».

Беручи до уваги звіт компанії Google, у 2020 р. українців найбільше цікавило: [коронавірус], [коронавірус рекомендації], [вибори в США], [Google Classroom], [симптоми коронавіруса], [на урок], [Холостячка], [свята 2020], [карантин в Україні] та [Zoom] [48]. Враховуючи такі звіти, медійники можуть значно краще орієнтуватися у читацьких преференціях та на основі цього формувати тематичне спрямування свого контенту.

Оскільки майже усі сфери бізнесу націлені на продаж своєї продукції, то вони постійно вивчають не тільки ринок, а й свого покупця та намагаються запропонувати те, що йому потрібно саме зараз. Така ж схема працює і в медіа-бізнесі. Австрійський психіатр Віктор Франкл розділяє цінності на три групи і до кожної наводить приклад у своїй книжці «Лікар та душа» [49]:

* Цінності творчості (робота та самореалізація).
* Цінності досвіду (кохання).
* Цінності ставлення (як реагувати на життєві ситуації, які змінити неможливо).

У XIX ст. французький театральний критик Жорж Польті презентував власну теорію про базові обставини, які зустрічаються майже у всіх драматичних працях. У своїй публікації «36 драматичних ситуацій» він виокремив: благання; порятунок; помста за злочин; помста близькому за близького; переслідування; раптове лихо; жертва жорстокості чи безталання; бунт; відважна спроба; викрадення; таємниця; досягнення; ненависть між близькими; суперництво між близькими; убивчий адюльтер; божевілля; згубна необережність; мимовільне кровозмішення; випадкове вбивство близького; самопожертва в ім'я ідеалу; самопожертва заради близьких; жертва пристрасті; жертва близьким чи коханим через необхідність; суперництво нерівних; порушення вірності; злочинне кохання; викриття безчестя коханої людини; перешкоди в коханні; любов до ворога; честолюбство; богоборництво; безпідставні ревнощі; судова помилка; каяття; віднайдення загубленого; втрата близьких, коханих [50].

Сучасний стенд-ап – це форма усного сторітелінгу. І на думку коміка Джуді Картер, сьогодні люди будуть сміятися, якщо жартувати на теми: поточні проблеми, складнощі; дитинство; робота; любовні стосунки. Ці чотири складових людського життя є базовими і відгукуються кожному. Щоб зрозуміти, що цікавить модерну людину варто дослідити обкладинки популярних видань, підписатися на розсилку новин, послухати про, що говорять люди у кав'ярні або у метро. Чим ти ближче до людей, тим простіше тобі будет зрозуміти, які історії розповідати. Джуді Картер впевнена, що історія дивна, страшна, складна або дурна точно не залишить нікого байдужим [51].

Сторітелінг – це потужний інструмент наративної журналістики, який міцно закріплюється у медійній сфері. Його можливості безмежні, саме тому і науковці, і практикуючі журналісти активно звертаються до «нового жанру». Оскільки, сторітелінг – це один із актуальних трендів сучасної преси, то варто враховувати його переваги і недоліки, а саме: чіткість меж між об’єктивністю й суб’єктивністю в журналістиці, загрози інформаційної безпеки, боротьба за увагу читача, гуманізація і не споживання людських історій, виключно з метою продажу, актуалізація сучасних проблем і поліпшення якості медійного контенту. Маючи технологію і інструмент, медійникам ще варто правильно поводитися з цим, щоб дійсно розвивати і покращувати якість виробленого інфопродукту.

**Висновки до розділу.** Наративність міцно входить у комінікаційне середовище та стає об’єктом дослідження, як зарубіжних, так і національних дослідників. Ґрунтовний аналіз базових понять та можливостей наративу дає змогу не лише виділити багатовекторність розповідного дискурсу інформаційного твору, з’ясувати майстерність та внесок наратора у текст, а й визначити базові чому наратив та формування на його основі наративної журналістики зараз стає медіа-трендом. Наратологічна концепція в журналістикознавстві набуває затребуваності, бо саме за допомогою наративних стратегій медійники по-новому можуть подати свій продукт, а аудиторія отримувати новини у небанальному вигляді. Дослідження наративів дозволяє зробити потужний аналіз журналістського тексту, оскільки спирається не лише на текст, а й на контекст та проблематику, що є наскрізною у роботі.

Ми з'ясували, як в сучасному медіа-просторі бачать наративну журналістику американські і українські вчені, історія цієї частини медіа-сегмента бере свій початок з вульфівського «нового журналізму» і трансформується, з огляду на сьогоднішні реалії. Саме тому ми можемо сказати, що сучасним інструментом наративної журналістики – є сторітелінг, який підтверджує захоплення читачів історіями.

Втім, опанування наративних технік, термінологічного апарату та широких можливостей цього напрямку ще тривають. Це свідчить про «молодість» наративності, але значні дії щодо впровадження наративності в медійний простір вже помітні.

**РОЗДІЛ II. МЕДІЙНІ МОЖЛИВОСТІ СУЧАСНОГО**

**ХУДОЖНЬОГО (ЛІТЕРАТУРНОГО) РЕПОРТАЖУ**

**НА СТОРІНКАХ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА**

**2.1 Художній репортаж у контексті наративної журналістики: становлення, викладання та традиції**

Коріння походження репортажу можна зіставити з появою людини на землі. Адже як висловився польський репортер та дослідник Мельхіор Ванькович: «Репортаж старий, як людська мова. Він почався, коли перший троглодит приніс звістку про мамонтів, що випасалися на галявині». Вже за часів наших пращурів з'являлися ті, кого сьогодні ми назвали б репортерами, які ставали свідками різних подій, що мали вплив на життя інших.

Відоме репортажне медіа країни – Reporters – визначає літературний репортаж як одну з найвдаліших можливостей розкрити великі соціальні питання через наявність людських історій [2]. Сьогодні літературний репортаж також виступає своєрідним засобом модернізації традиційного медійного поля.

Найбільш яскравими рисами художнього репортажу виступають ефект присутності, деталізація, показ історії людини, кінематографічність, простота мови, глибоке дослідження теми [52].

Як правило, художній репортаж за обсягом великий – від п’яти до десяти тисяч знаків. У художньому репортажі для максимального занурення в середовище оповіді вагому роль відіграє діалог. Для того, щоб відобразити особливість сюжету за допомогою діалогу, потрібно майстерно володіти словом, вміти відчувати важливі деталі, які мають бути передані та залишатися неупередженим спостерігачем або ж учасником, щоб не спотворити образ мовця.

Художній репортаж передбачає можливість застосовувати в побудові твору елементи опису навколишнього світу, а саме пейзажу. Опис пейзажу – це складова, що одразу надає репортажеві статус «художній». Як і пейзаж, ще однією пріоритетною рисою виступає портрет – характеристика героїв, адже в побудові матеріалу, герой та його життєві перипетії визначають динаміку сюжету.

Але незважаючи на всю художність і індивідуальність форми, літературний репортаж строго відповідає вимогам сучасного репортажу. Це чітко окреслений хронотоп, динамічно розвинений сюжет, максимально виражене «я» автора й досить чітко відображена його персональна позиція. Зважаючи на всі особливості жанру, літературний репортаж – це вдала комбінація реальних фактів, авторської думки та прийомів літератури.

Основна мета репортажу – це максимально занурити читача в описувану подію, дати йому відчуття присутності всередині тексту й відобразити дійсність цікаво й оригінально. У медійному дискурсі така характеристика переплітається з таким поняттям, як наратив.

Найбільш вдалою формою реалізації наративної стратегії виступає жанр репортажу. Виразні й розповідні техніки наративного твору дозволяють репортажу фактологічно, жваво й максимально реально змалювати картину дійсності у свідомості читачів. Вчений Р.Н. Назар впевнений, що «основу репортажу представляють найбільш важливі, характерні, ретельно відібрані факти, з яких складається подія, а авторські аргументи та міркування надають цим фактам емоційне забарвлення, підтверджують їх достовірність і разом з тим відтворюють цілісну образну картину події» [53, с. 13]. Репортаж стає інструментом передачі, а також формування думки й реакцій щодо описаної події. У сучасному українському інформаційному просторі художній репортаж трактується як жанр, що є граничним між літературою й журналістикою, який об’єднує, з одного боку, поняття документальності, а з іншого, сприйняття дійсності репортером, його власну рефлексію на події [53]. Головним компонентом репортажу є емоційність. Українська дослідниця А. Іващук відзначає, що разом із емоціями, репортаж містить документальність, відтворення фактів, а також особисте сприйняття автором певного явища [54].

За своїми ознаками літературний репортаж схожий з традиційним інформаційним. Аналітичність виражається в осмисленні отриманої інформації, сторонньому спостереженні за явищем, узагальненні. Для передачі максимальної деталізації та емоційного забарвлення журналісти використовують прийоми художності: лексичні й стилістичні характеристики, завдяки яким репортаж набуває літературності. Описані особливості типові й для інформаційного, і для художнього репортажу. Тільки в першому випадку вони знаходяться в інформаційному середовищі, а в іншому – споріднюють репортаж і літературні форми.

Варто зазначити, що в 2014–2015 рр. побільшало матеріалів, присвячених війні. Актуальні події в країні диктували інформаційну спрямованість медіа. Журналісти на місці бойових дій розповідали про трагічні події, біль місцевих та горе втрати. Публіцист А. Бондар наголосив, що «майдан та воєнні дії трансформують репортаж» і «художній репортаж – вдалий жанр для відображення трагедії» [55].

Як і наратив, репортаж не може існувати сам по собі, він також несе в собі причинно-смислові зв'язки, читач має розуміти чому й для чого він написаний.

Інколи в репортера виникають питання: «А де брати героїв, щоб розповісти історію та про що взагалі писати?». Цікаві історії можна знаходити в повсякденні та реалізовувати їх, висвітлюючи якісь особливості. Швейцарське репортажне медіа Reportagen свої цінності відображає в слогані: «Світові події в малому». За цим принципом можуть працювати й вітчизняні медіа, спрямувавши увагу на локальність та особливості українського життя.

Марічка Паплаускайте – співзасновниця проекту [The Ukrainians](https://theukrainians.org/) і головна редакторка [Reporters.](http://www.reporters.media/) виділяє складові, що мають становити кістяк успішного репортажу: конфлікт, потужна історія і небанальні герої, сюжетність, ефект занурення читача в подію, який досягається яскравими описами, діалогами та деталями, де переважає проста мова і метафоричність [56].

Коли мова йде про конфлікт, то це не завжди протистояння добра і зла або ж двох сторін, це можуть бути внутрішні переживання й сумніви героя, коли він намагається знайти відповіді на свої питання. Без конфлікту не може бути сильної історії, яка розкриває певну тему. Побудова сюжету теж більш глибока – це не просто опис того, що побачив журналіст на власні очі. Репортеру необхідно пережити, переосмислити отриманий матеріал, пропустити крізь себе й побачити ту глибину, яку намагається передати головний герой. Наповненим і цілісним художній репортаж робить основна ідея, яка повинна бути не очевидною, але тим не менш зрозумілою для читача. Для досягнення цього ефекту використовуються художні засоби, а саме метафора.

Французький науковець та репортер Жан-Домінік Буше підкреслює ще одну рису художнього репортажу – драматичність. Він ототожнює репортаж з театральною виставою. «Сприймати подію як постанову – це усвідомлювати її як щось, варте бути побаченим і почутим. Як і кожна постанова, репортаж користується декораціями, звуками, персонажами, костюмами, дією. Отже, у нього має бути сценарій, діалоги, постанова. Це ніби вправно змонтована зйомка. Репортаж має будуватися згідно з правилами драматургії, тобто йому необхідний зачин, розвиток подій, розв’язка» [57].

Українська дослідниця українського репортажу Лілія Шутяк радить звернути увагу на складові , що є ознакою вдалого художнього репортажу:

1. Безумовна складова – це наявність історії. Останнім часом журналісти все частіше звертаються до простих людей, адже ринок медіа перенасичений «жовтими» виданнями, що приділяють увагу пліткам та відомостям про життя відомих людей.

2. Будь-яка історія може бути подана й відображена з різних боків. Саме цей прийом активно використовували представники «нового журналізму», про що писав Том Вулф. Якщо це якась конфліктна ситуація, то повинні бути представлені думки обох сторін цього протистояння. І журналіст виступає не в ролі рефері, а в якості незалежного спостерігача.

3. У художньому репортажі необхідно створювати інтригу й спонукати читача замислитися над проблемою, усвідомити чому це зараз так важливо.

4. Присутність автора – обов'язкова умова, адже якщо журналіст не бачив те, про що він пише, то він автоматично втрачає довіру аудиторії, і те, що він публікує в результаті, – це вже не репортаж.

5. Для того, щоб бути максимально мобільним і писати те, про що хочеться й подобається, журналісту краще за все звільнитися. Адже, дотримуючись політики редакції, іноді складно розкрити свій творчий потенціал і працювати цілеспрямовано в репортажистиці [58].

Досліджуючи цю проблематику, варто звернути увагу на розмежування таких понять як «література» і «художній репортаж». Польський «король репортажу» Ришард Капусцінський переплетення журналістики та літератури формулює як «розширення визначення факту» [59, с. 70]. У класичному розумінні журналістикознавства факт – «точне повідомлення про конкретну подію, найчастіше політичного чи економічного характеру» [59, с. 70]. Натомість Капусцінський виокремлює: «природу, клімат, настрій, атмосферу й безліч речей, що традиційно обіймає суто літературний опис» [59, с. 70]. Він визначає свій стиль як reportage (з франц.) або non-fiction writing = creative non-fiction = travel literature = new journalism (з англ.) – «опис реальних подій та людей за допомогою виражальних форм, майстерності, досвіду художньої літератури – як її називаємо ми, або, як вони: фікційної» [59, с. 70].

Німецький вчений Міхаель Галлер пропонує занурюватися в репортаж більш глибинно та філософськи. Він наголошує: «Його виразність полягає не у відкритті фактів, а в розкритті сенсу життя (так званого підтексту) через свою мову, що розкриває незвичне. Він неодмінно хоче бути літературним, але аж ніяк не поетичним. Він стоїть та падає з автентичністю матеріалу та правдивістю репортера» [60, c. 122]. Мова, про яку згадано, істотно впливає на створення, а далі й на сприйняття репортажу. Вона допомагає читачеві краще відчути «момент» і експериментувати з формою, вплітати в текст елементи інших жанрів, наприклад інтерв'ю.

Поняття «літературний репортаж» зіставляється з літературної журналістикою. А ось в США літературна журналістика найчастіше є синонімом «нового журналізму», що зародився завдяки діяльності Т. Вульфа, Т. Капоте, Х. Томпсона та ін. Одним з класичних прикладів американського літературного репортажу вважають роботу Майкла Герра «Репортажі»/ «Dispatches», яка з'явилася на світ в 1967 році в журналі *Esquire*.

Репортер побував у В'єтнамі і на власні очі побачив жахи війни, смерть людей і тотальну жорстокість. Він дуже деталізовано описав понівечених солдатів, свої відчуття, смак крові у роті і страх. Наприклад, в епізоді, коли всі впали від підриву на міні і автор вже наче відчуває у роті смак власних мізків, – а потім виявилося, що він отримав чоботом в обличчя від військового, що впав. Але поряд з ним: хтось блює, хтось стогне від болю в нозі, хтось загинув, бо не встиг застібнути бронежилет. Репортажі наповнені думками автора, діалогами, портретами героїв і реальних фактів того, що відбувалося там.

Історія українського літературного репортажу зароджується з витоків літератури. У 1927 р. на сторінках видання «Нова генерація» з’явилася публікація «Старим Дніпром в останній раз» Гео Шкурупія та Дмитра Бузька, що стала першою спробою подання інформації у вигляді репортажу. Публікація вийшла під враженнями від подорожей Україною і відтворила побачене та почуте авторами під час мандрів. У творі яскраво прописані пейзажі, авторські думки стосовно минулого та сьогодення України: «Дивишся на Дніпро і думаєш, який він широкий і який він вузький. Що він бачив, цей старенький козарлюга!? Татари, греки, козаки, шведи, москвини! Барвиста історія» [61, с.25]. Деталізовані описи, присутність авторів у тексті, реально описані події та місця, проблематика (Україна в радянському контексті та національна ідентичність) – це яскраві маркери художнього репортажу, що вдалося реалізувати українським футуристам.

Одним з перших українських репортажистів можна вважати Майка Йогансена. Оскільки він прагнув розвивати національну літературу та насичувати її жанрами, яких бракувало. «Універсальний журнал», який світ побачив восени 1928 р. став тим простором, який дозволив українським письменникам-журналістам працювати у новому стилі. У той період виходять праці Валер'яна Поліщука про Скандинавію, Дмитра Бузька і Гео Шкурупія про Дніпро і Дніпрельстан, Олександра Мар'ямова про Іран та Ірак тощо. Софія Яблонська, письменниця і мандрівниця з Галичини, після подорожей до Марокко, Близького Сходу, іншими краями, видає свої твори «Чар Марока» (1932), «З країни рижу та опію» (1936), «Далекі обрії» (1939) тощо. Майк Йогансен же у післямові до своєї збірки «Три подорожі» (1932) сказав: «Я написав оцю книжку і тим початок поклав новому для української літератури жанрові» [62].

Вітчизняний дослідник Микита Василенко підкреслює такі характеристики літературного репортажу: «Літературний репортаж, маючи яскраві, лише притаманні йому ознаки, пов'язані зі специфікою художньої творчості, одночасно відповідає вимогам сучасного репортажу. Це швидка «зміна декорацій», динамічний сюжет, максимально конкретизоване авторське «я» і дуже часто пристрасний (не характерний для західної школи) авторський коментар» [63, с. 58-59]. Науковець Сергій Шебеліст наголошує: «для того, щоб вміти писати літературний репортаж, потрібно не лише оволодіти теоретичними навичками вправного письма, але й розвивати у собі фахові навички» [64].

Він стверджує, що ще на етапі формування ідеї публікації, репортажист повинен композиційно вибудовувати «тіло» майбутнього матеріалу, щоб розуміти на що потрібно зробити акцент і хто, може дати експертний коментар. Чітко розставлені акценти роблять зображувану картину об'ємною і злободенною.

Важливою умовою для створення репортажу, на думку С. Шебеліста – є інтуїція репортера і його уміння відділяти важливе від другорядного. Але при цьому необхідно точно передати описувану атмосферу, не перевантаживши матеріал деталями [64].

Також С. Шебеліст наголошує на тому, що основний маркер вдалого репортажу – це ефект присутності. Для того, щоб досягнути цього варто врахувати наступні нюанси:

- використовувати чіткі іменники та прикметники, мова викладу має бути зрозумілою;

- вживати активні дієслова, демонструвати дію;

- герої мають бути постійно у фокусі, адже саме їх перипетії творять сюжет;

- не оминати метафор;

- приділяти увагу опису звуків, смаків, відчуттів, емоцій [64].

Зазвичай, ефект присутності та чіткого усвідомлення реальності моменту створюють жваві діалоги та репліки героїв. Традиційно прийнято, що репортаж це не короткий жанр і він найчастіше реалізується у формі лонгріду. Але за останній час кліпове сприйняття аудиторією дійсності диктує творцям контенту максимально спрощувати подачу інформації та її обсяг в тому числі.

Остап Сливинський виокремлює такі «три кити» художнього репортажу: «Факт, емпатія і гуманність» [65]. Без факту текст не можна назвати журналістським, а емпатія і гуманність показують наскільки автор описуючи, наприклад, трагічні події (голод, війна, катастрофа), здатний зберегти свою людяність, а не стати байдужим і цинічним спостерігачем. Показуючи свої емоції і ставлення до ситуації, репортер таким чином комунікує з аудиторією, вступає в діалог і не ховається за словами.

Як жанр український художній репортаж ще перебуває на стадії формування та становлення, але тим не менш він представлений на сторінках національних медіа.

Український літературний репортаж представлено на спеціалізованих ресурсах Reporters. (reporters.media) та The Ukrainians (theukrainians.org), у виданнях: «Країна», «Газета по-українськи», частково – «Експрес», «Високий Замок». Особливу увагу ми звернули на Reporters., The Ukraininas оскільки вони презентують себе саме як репортажні медіа. Взагалі досліджуючи художній репортаж, нами було проаналізовано близько 80 репортажі і з українського простору, і з американського (The New Yorker) з метою побачити вдалі приклади та простежити базові характеристики. Завдяки компаративному методу вдалося прослідкувати, до чого тяжіють національні та американські видання.

Враховуючи затребуваність репортажу на українському медіаринку, щороку проходить всеукраїнський конкурс художнього репортажу ім. Майка Йогансена «Самовидець». Тема конкурсу 2021 р. «Коли ми кохаємо». Найбільш вдалими роботами є репортажі-занурення, де важливою складовою є влучні описи та живі діалоги з героями за обраною темою. Десять найкращих робіт публікуються в альманасі Veni, Vidi, Scripsi, а переможець конкурсу має змогу видати власну збірку репортажів у видавництві «Темпора». До десятки найкращих робіт 9-го Конкурсу на тему «Коли ми кохаємо» увійшли (за алфавітом):

1. Інна Адруг, репортаж «Ув’язнені»;
2. Настя Дзюбак, репортаж «Обручки поза законом»;
3. Ірина Загладько, репортаж «Коли ми намагаємося»;
4. Ніка Кричовська, репортаж «Насправді немає ніякого насправді»;
5. Олена Лівіцька, репортаж «Неля. Некохання»;
6. Маріанна Максимова, репортаж «Молитвами Нарциси»;
7. Світлана Моренець, репортаж «Жінка у клітці»;
8. Оксана Расулова, репортаж «Палаюча пташка»;
9. Анна Романдаш, репортаж «Чотири жінки»;
10. Наталія Терамае, репортаж «Фортеця Марії» (матеріали подано за офіційним сайтом <http://litakcent.com> та https://chytomo.com).

Варто відзначити, десятка ліпших представлена лише жіночими іменами, яким вдалося майстерно відтворити заявлену тематику. Враховуючи заголовки робіт, ми зробили висновок, що у розумінні багатьох кохання – це страждання, біль та перепони («Ув’язнені», «Обручки поза законом», «Неля. Некохання», «Жінка у клітці», «Фортеця Марії»). Можливо справа в тому, що в українській свідомості любов зазвичай асоціюється з труднощами, втратою та зрадою, які яскраво оспівувалися у художніх творах (Т. Шевченко «Катерина», Л. Костенко «Маруся Чурай», Л. Українка «Лісова пісня»). Тим паче враховуючи читацькі смаки, аудиторія завжди тяжіла до непростих сюжетів, де центральною темою було нещасливе кохання. Оскільки кожен приміряє на себе долю героя, це збільшує його зацікавленість сюжетом та зріст емпатичності. Бо у більшості випадків, майже кожен стикався з труднощями в стосунках.

Також цього року організатори відзначили роботи, які не потрапили до десятки найкращих, але тим не меш вразили журі. Ці тексти також будуть опубліковані у збірці. Спецвідзнаки від журі отримали:

* за відвертість приватного: Наталія Куліді «Віддані коханню роки»;
* за жвавість і деталізацію оповіді: Руслан Ярошенко «Готуючись до відрядження»;
* за допитливість: Марія Бухтіярова «Одна хвилина до любові»;
* за співчутливість до упосліджених і виключених: Оксана Левіна «Коли до щастя іти дуже довго».

Призерам конкурсу надається грошова винагорода: І місце – 10 000 гривень, ІІ місце – 7 000 гривень, ІІІ місце – 5 000 гривень.

Також протягом 13 років існує національна книжкова премія «ЛітАкцент року» започаткована порталом «ЛітАкцент» (матеріали подано за офіційним сайтом <http://litakcent.com>). Її вручають у трьох номінаціях: «Художня література (поезія, проза)», «Літературознавство, есеїстика й художній репортаж» та антипремія «Золота булька» за невдалий твір. Грошова винагорода для переможців становить 5000 гривень. Кращі роботи визначає члени комісії, які є професіоналами у репортажистиці. У 2020 році у номінації «Літературознавство, есеїстика, художній репортаж» перемогу здобула Віра Курико з твором «Вулиця причетних. Чернігівська справа Левка Лук’яненка» (Темпора).

**2.2 Сучасний художній (літературний) репортаж на сторінках українських медіа**

В українських медіа офіційно художній репортаж представлений на таких ресурсах: *The Ukrainians, Reporters, The Devochki*.

1. Проєкт *The Ukrainians* був заснований у 2014 р. і виробляв інтерв’ю з успішними українцями, але з часом розширився і долучив до свого контенту літературні репортажі, спецпроєкти, подкасти та радіопродукти. Основне тематичне спрямування онлайн-журналу – це історії успіху, соціально важливі події в країні, культура та освіта, бізнес та інші. Головні завдання проєкту –розповідати про те, що відбувається в Україні; мотивувати до позитивних змін через історії успіху людей та ініціатив; пояснювати незрозумілі явища та процеси, що формують нову Україну; розвивати інтелектуальну спроможність молоді. Керівник та зачинатель *The Ukrainians* – Тарас Прокопишин, який також займається редагування рубрики «Колонки». Загалом колектив онлайн-журналу – це молоді та небайдужі проактивні журналісти, які вірять у незалежне українське медіа (<https://theukrainians.org/> ).

Ми проаналізували 20 репортажів за період вересень 2018 – липень 2019 і виділили основні тематичні спрямування:

***професії / бізнес*** – «Мед з історією» (22.07.2019); «4.5.0 Захисниці» (07.03.2019); «Охоронці гірської погоди» (20.02.2019); «Вам посилка» (19.02.2019); «Мрія, захована у сирі» (31.01.2019); «Нас усіх має туди тягнути» (29.10.2018); «Хобі, бізнес і космічні амбіції» (02.10.2018); «Лікар у білій футболці» (29.09.2018);

***історія людини*** – «Називайте її Дежа Брют» (20.03.2019); «Найміцніша стіна» (03.03.2019); «На голці» (28.02.2019); «Квіти від Артура» (07.02.2019); «Жити, щоб шити» (01.02.2019); «Школа для космічного хлопчика» (28.01.2019); «Дім для Міли» (08.01.2019); «Татуювання – улюблений одяг» (03.01.2019); «Додана вартість любові» (27.09.2018);

***проблема*** – «Трава, що лікує» (31.05.2019); «Сполучені посудини» (17.01.2019); «Усе про ВІЛ/СНІД» (16.10.2018).

Розглянувши тематичне спрямування проекту, ми побачили, що історії людей, де герої звичайні люди з народу – найбільш поширена тема репортажів (11 матеріалів присвячено цій темі), також читачам цікаво дізнаватися про професії та бізнес, яким займаються українці (9 матеріалів).

2. *Reporters* – профільне репортажне медіа, яке працює саме у жанрі літературного репортажу. У 2017 р. видання сепарувалося від проєкту The Ukrainians, але продовжило зберігати його традиції і плідно працювати під керівництвом Тараса Прокопишина. Основні завдання – за допомогою журналістських інструментів відтворити побачену реальність, просувати майстерність репортажу та розкривати його з різних боків, надихати історіями та героями нашого часу. Ресурс наразі публікує історії не лише про українців та сфокусувався на соціально важливих темах: і у текстових, і у візуальних варіантах. Головною редакторкою є репортажистка, письменниця та викладачка Марічка Паплаускайте. Також відзначимо, що видання представлено переважно жіночими іменами авторів, але тим не менше і чоловіки входять до складу редакції (<https://www.reporters.media/> ).

До уваги були взяті 38 репортажів за період з квітня 2020 до травня 2021 року. Контент регулярно оновлюється, тому нами виділені такі тематичні преференції видання:

«***коронавірусні» репортажі*** – «Дихати» (15.04.2021); «У черзі по імунітет» (8.04.2021); «Рік пандемії» (03.03.2021); «Щеплені від страху» (25.01.2021); «Це ще не кінець» (28.12.2020); «Вірус страху» (29.04.202); «Людина в мішку» (23.04.2020); «Столиця коронавірусу» (17.04.2020); «Люди одне одного бояться» (03.04.2020);

***проблема*** – «Ковток повітря» (25.02.2021); «Чоловік шукає чоловіка» (26.01.2021); «Мамочко, він некерований» (11.01.2021); «Нарівні» (08.12.2020); «Гідні власної землі» (15.12.2020); «Любов рятує» (14.12.2020); «Мам, відпусти мене» (12.10.2020); «Захищайся» (05.08.2020); «Суд над книжкою» (13.07.2020); «Коли в людей немає свободи» (25.05.2020);

***історія людини*** – «Марина Львівна, жіноче ім’я Чернівців» (12.04.2021); «Обрубане крило» (29.03.2021); «Тьоть Маша ніколи не спізнюється» (16.03.2021); «Як мама» (04.12.2020); «Останній поверх» (19.02.2021); «Наша Оля» (05.02.2021); «Мої п’ять тижнів у божевільні» (15.06.2020); ***професія/бізнес*** – «Санавіація в дії» (14.04.2021); «Коли вбивають гори» (03.02.2021); «Кравець у сутані» (19.01.2021); «Без цукру і з сенсом» (08.01.2021); «Ніколи не програвати» (24.12.2020);

***соціум*** – «У пошуках ромського бога» (21.04.2021); «На Топольну» (25.03.2021); «Бачу, чую, відчуваю» (24.03.2021), «Наш син буде врятований» (27.02.2021); «Одна смерть. Чотири життя» (11.02.2021); «Люди серед нас» (04.01.2021); «Ті, що виють на Місяць: як живе фан-спільнота Олега Винника» (21.12.2020).

Ми простежили, що найбільш затребуваними репортажами є проблемні, які підіймають важливі соціальні питання такі, як одностатеві відносини, надання медичної допомоги хворим, право вибору, свобода – 10 публікацій. На другому місці, цілком логічно коронавірусна тематика – 9 матеріалів, хоча варто відзначити, що після зими 2021 року сторінки медіа вже не рясніють текстами про вірус. Це явище демонструє переналаштування фокусу видання на інші соціально значущі питання.

3. *The Devochki* – феміністичний ресурс, який створено у 2013 р. та присвяченій жінкам та про жінок. На своїх сторінках приділяють максимальну увагу жіночим проблемам та питанням: роль жінки, соціальні стереотипи, фемінізм, материнство, стосунки. Зазвичай ці теми реалізуються на прикладах жінок, які у лонгрідній формі діляться власним досвідом. Основна місія – це надання майданчику для жіночого досвіду, який зможе стати у пригоді читачкам у вирішенні їх власних проблем та згуртує жінок навколо себе. Команда ресурсу налічує 5 авторок, які працюють під керівництвом головної редакторки Оксани Павленко (<http://thedevochki.com/> ).

Взяті до уваги 15 репортажів за період березень 2020 – травень 2021 можна розділити на такі основні тематики:

***історія людини та її досвід*** – «Я б зараз була або калікою, або мертвою. Історія одного насильства» (16.03.2021); «Жінка-Воїн насамперед Жінка» (14.10.2020); ««Воєнком відмовляв, аби я не йшла на фронт, але я вперта». Історії військовослужбовиць» (14.10.2020); ««Я ж медик». Як я переживаю рак в сім’ї» (01.09.2020); «Мені 19, і всіх хвилює, що я незаймана» (07.07.2020);

***проблема*** – «Життя в особливих умовах. Як мами дітей із інвалідністю намагаються заробити гроші» (13.05.2021); «Сирійська історія кохання»: Шлюб у вогні» (18.02.2021); «У вас рак: Кібербулінг онкопацієнтів» (24.06.2020); «Як збройний конфлікт на Сході України загострює проблему домашнього і сексуального насильства» (12.11.2020); ««Я б хотів побачити, як ви малюєте грудьми», або Харасмент у закладах вищої освіти» (02.10.2020); ««Мовчання ягнят», або Сумне і смішне про пошук роботи» (24.09.2020);

***«коронавірусні» репортажі*** – «Девушки и карантин: Как мы пережили 2020 год» (30.11.2020); «Бизнес на карантине: Как выживают украинские бренды, маникюрный салон, спортстудия и автошкола» (03.04.2020); «Как я живу на карантине в Италии: История одной украинки» (01.04.2020); «Не мамкай: Як я проводжу карантин із дітьми» (24.03.2020).

Основною темою, яка максимально представлена на ресурсі – це проблемні репортажі, присвячені працевлаштуванню, харасменту, булінгу, насильства по відношенню до жінок. З досліджених публікацій – 6 розкривають проблеми і конфлікти, далі йдуть історії жінок, які діляться своїм досвідом – 5 матеріалів, і на третьому місці – коронавірус.

З огляду на наше сьогодення, потрібно відзначити, що основний інформаційний блок, а відповідно більшість репортажних сюжетів за 2020 р. безумовно були присвячені коронавірусній тематиці, адаптації світу до умов пандемії і розкриттю окремих історій людей, які пережили горе через ковід. З одного боку, це – новина всесвітнього масштабу, з іншого – життя і смерть, вічні обставини, в яких ми живемо, роблять ці події «гідними» літературного втілення. Саме тому ми намагалися відстежити реальність української наративної журналістики з усіма її недоліками й перевагами за допомогою аналізу «коронавірусних репортажів». Але враховуючи сьогоденну реальність, ми бачимо, що від минулорічних подій та новин про вірус та його вплив аудиторія втомилася. І зараз значну увагу медіа приділяють темам (люди, соціальні проблеми, романтичні стосунки, політика, спорт і т.д.), які здатні відволікти читача від негативного «коронавірусного» ефекту.

Розглядаючи комунікативну модель побудови літературного репортажу в українських медіа (на прикладі інтернет-ресурсів *The Ukrainians, Reporters, The Devochki, Страна.UA, Ліга.net*), ми акцентували увагу на тематиці, образі героя, конфлікті та художніх засобах.

*1. Тематика.*

На сайті *Reporters* значна частка публікацій присвячена коронавірусу – проблемі, що охопила весь світ у 2020 р. Протягом березня-квітня 2020 р. з’явилося 11 репортажів, серед них: «Хочу додому», «Смерть на самоті. Репортаж із Ломбардії», «Як в кіно», «Бізнес на карантині», «Люди одне одного бояться» тощо.

Медіаресурс не оминає й інших значущих поточних подій в країні (пожежа в Чорнобилі («На попіл і дим»), день пам’яті катастрофи на Чорнобильській АЕС («Жива мертва Прип’ять»), розповідає про невідомі маленькі міста України, на кшталт селища, що під Кропивницьким, в яке мільйони років тому влучив метеорит («Бовтишка у кратері»). Але вже у 2021 році тематика змінюється і ресурс зачіпає таки темі, як одностатеве кохання («Чоловік шукає чоловіка»), безхатченки («Останній поверх»), ромське питання («У пошуках ромського бога»). Але коронавірусні публікації все ще займають значну частину контенту видання: «Щеплені від страху», «Рік пандемії», «У черзі по імунітет», «Дихати».

На медіа-порталі *Страна.UA* (https://strana.ua/) основною темою матеріалів у 2020 р. був коронавірус: життя в умовах карантину, настрої людей та функціонування бізнесу («Карантин сломался. Киевские кафе начинают работать, не дожидаясь разрешения властей. Репортаж “Страны”», «“Мы тоже думали, что будем шиковать”. Стали ли курьеры “Glovo” зарабатывать больше во время карантина. Репортаж “Страны”», «Феномен Новых Санжар. Как жители поселка за две недели успели забыть о вирусном бунте»). Вже у 2021 видання змінює свій напрям і починає виробляти репортажі, що висвітлюють політичну картину країни та викривають порушників карантинних заходів.

У виданні *The Devochki* (http://thedevochki.com/) у рубриці «Дівчина говорить» подано різні історії українських жінок. За березень-квітень 2020 року найбільшу увагу видання приділило коронавірусу («Я екстравертка і лишилася на карантині сама», «Как путешествовать, не выходя из дома», «Как я съездила в село на карантин», «Как я живу на карантине в Италии: История одной украинки», «Не мамкай: Як я проводжу карантин із дітьми», «Билет на карантин»).

Видання відстоює ідеї фемінізму, тому багато репортажів присвячено жіночій тематиці («Як це – бути дорослою дитиною алкоголіка. Особистий досвід усвідомлення і прийняття», «Я не хочу бути жертвою: про що ми мовчимо», «Хороша мама – це я. Це ти. Це просто мама»). Ресурс відповідає заявленій тематиці, але й не лишається осторонь актуальних подій, відображає дійсність через історії звичайних людей. У листопаді 2020 року з’явилася публікація «Дівчата і карантин: як ми пережили 2020», де героїні діляться своїми враженнями про складний та «вірусний» 2020 рік.

Станом на травень 2021 р. видання вже не рясніє публікаціями на короновірусну тематику. Зараз фокус уваги направлено на гострі жіночі питання такі, як: заміжжя, материнство, бодіпозитив, виховання майбутніх поколінь, домашнє насильство, кохання, страхи («Як я шукала секс у Tinder», «Криза підліткового віку», «Досвід спільних пологів: Від сорому до щастя»).

Отже, однією з домінуючих тем репортажів і досі залишається коронавірус, близько 80 % публікацій за березень-квітень 2020 року присвячено цій проблемі. Але на початку 2021 р. видання починають розширювати охоплення актуальних питань, фокусуючись на процесах, які відбуваються в країні паралельно коронавірусу.

*2. Герой.*

Наявність головного персонажа – одна з найважливіших вимог літературного репортажу. Герой вносить драматургію в розвиток сюжету і надає динаміки описуваним подіям. Найбільш типовим образом в художньому репортажі є звичайна людина зі своїми повсякденними проблемами, переживаннями і страхами.

На *Reporters.* у матеріалі «Людина в мішку» (23.04.2020) героєм є перший померлий від коронавірусу в Тернопільській області. Розповідь йде від імені доньки загиблого, яка ділиться спогадами про батька, як він захворів, як його лікували та ховали. Ми помітили цікавий елемент в матеріалах *Reporters.* – це сплетіння історії героя з проблемою, до якої він має безпосереднє відношення. Найчастіше описувані події – це вагома частина життя героя і вони впливають на його подальшу долю. Наприклад, в публікації «Марина Львівна, жіноче ім’я Чернівців» (12.04.2021) героїня – власниця книгарні, яку знає майже усе місто. Ось як її подає автор: *«Марина Лібанова — директорка невеличкої книгарні «Букініст» у центрі Чернівців. Це культове місце, про яке навіть пишуть у путівниках як must see. Марина Львівна може продати будь-яку книжку хоч серед ночі, про неї часто пише місцева преса, її запрошують на всі культурні імпрези, фестивалі. А головне: навколо неї завжди є люди, які діляться з нею своїми думками й переживаннями, читають вірші й прозу, хочуть почути її пораду. Вона сміється, слухає, жартує і всім дозволяє бути поруч із собою такими, як вони є. За це її просто люблять»* (<https://www.reporters.media/maryna-lvivna-zhinoche-im-ya-chernivtsiv/> ). Вона живе своєю книгарнею, зробила багато для її розвитку і популяризації читання, підтримує місцевих авторів та влаштовує культурні заходи. Історія директорки книгарні підкреслює усі недоліки українського бюрократизму та ненаситності можновладців, які заради своєї вигоди готові на будь-які вчинки. Репортажна історія надихаюче розповідає про людину, яка знайшла справу свого життя, не спасувала перед труднощами та продовжує займатися тим, що приносить задоволення їй та користь оточуючим.

На ресурсі *The Devochki* в матеріалі «Як я живу на карантині в Італії: Історія однієї українки» героїня – жителька північної частини Італії, розповідає про перебіг ізоляції у місті, яке сильно воно постраждало від розповсюдження інфекції. Уся складність перебігу карантину розкривається через сприйняття героїнею весняного страху, її емоційна реакція відображена у словах: «Мені стало ніяково – адже у мене щось не зовсім криза: гарячі обіди, стерильна квартира, за вікном квітуча безлюдна весна. А через кілька днів зрозуміла, що не сплю, ночами захлинаюся від тривоги і готова витратити заощадження, щоб зняти іншу квартиру і побути на самоті» (Dasha Zoloto. Как я живу на карантине в Италии: История одной украинки. *The Devochki*.01.04.2020).

У характеристиці образу героя в сучасному художньому репортажі виокремлюємо такі риси:

- історії успіху поступово змінюються представленням звичайної людини у звичайних обставинах, показ героя через професію – узвичаєна форма репортажного мистецтва (найчастотніше – Страна.UA);

- традиції сторітелінгу реалізуються в оповідальній стилістиці та емоційному ставленні до героя, суб’єктивність надає художньому репортажу емпатичності та співчуття. Цей прийом вдало застосовано у репортажах Reporters., де автори описують свої враження від зустрічі та спілкування з героєм. Тобто в репортаж, автор не соромиться демонструвати, як його вразили або ж розчарували герої.

Щодо «коронавірусних історій», героями яких логічно мали стати медики, зазначимо, що не менш, а може й більш цікавими для широкої аудиторії виявились герої «на карантині».

*3. Конфлікт.*

Конфлікт є важливим елементом журналістських текстів, оскільки саме він робить сюжет небанальним, додає динаміки та акцентує увагу на проблемі, змушуючи читача не залишатися байдужим. Найкраще конфліктна складова виражена в медіа, які позиціонують себе як репортажні ресурси (*Reporters., The Ukrainians*). Вони зберігають традиції репортажу і намагаються передати не просто історію, а мотивацію, пояснюючи навіщо цей текст відтворено.

На *Reporters.* у матеріалі «Людина в мішку» показані весняні реалії лікування та ставлення медичних працівників до хворих на ковід. Жалюгідний стан медичного обслуговування та в цілому системи охорони здоров’я в Україні відтворено через історію першого померлого від коронавірусної інфекції на Тернопільщині. Наприклад, конфліктність та трагічність окремої історії хворого на тлі весняних реалій вдало відображено через хронологічний опис подій та у фразі: «Він був абсолютно здоровим та планував прожити понад 100 років. Але вийшло інакше» (Людина в мішку. Історія життя, хвороби та смерті першого померлого від коронавірусу в Тернопільській області. *Reporters*. 23.04.2020).

Цікаві приклади сучасних конфліктів представлені на ресурсі *The Ukrainians*. У спецпроєкті «Чесно кажучи», українські журналісти відверто розповідають про становище української журналістики, підкреслюючи олігархічність національного медіапростору, але відстоюючи ідею, що варто служити все ж таки читачеві, а не вислуживатись.

*4. Образність.*

При аналізі контенту ресурсу *Reporters.* простежуються основні техніки наративної журналістики: емоційні драматичні сцени («Людина в мішку»), розлогі діалоги («Бовтишка в кратері»), явна чи прихована авторська думка («Люди одне одного бояться»), скрупульозна «атмосферна» деталізація («Жива мертва Прип’ять»).

Українським публікаціям властиві такі складові, як біографічність, відображення авторського світогляду, документалізм, використання прийомів нарації. Порівнюючи тексти українського виробництва, наприклад, з публікаціями *The New Yorker*, бачимо у вітчизняних матеріалах зменшений обсяг, їх проблематика вужча і увага закцентована на одному важливому питанні. В той час американські тексти намагаються одразу охопити декілька суспільно важливих тем, щоб продемонструвати читачеві всю неідеальність сьогоденної реальності. Найчастотніше в українських репортажах герой один, і весь сюжет вибудовується навколо нього, а у американських – можливий варіант відображення доль кількох героїв, що в певний момент перетнулися в одній точці.

Цікавий варіант образності та цілісного сюжету в межах окремих тем та усього сайту в цілому продемонстрував *The Ukrainians*. Це перший масштабний проєкт, у якому винятково в жанрі літературного репортажу були реалізовані різні рівні задуму: через окремі репортажні нариси описати українців як націю – героїчну (спецпроєкт «Справжня країна»), талановиту та амбітну («Борись за мрію», «Атоми»), зі своїм історичним та національнім розмаїттям («Наші інші») та цікавим і оптимістичним майбутнім («Створюй в Україні»). У спецпроєкті «Справжня країна» у репортажі «Називайте її Дежа Брют» подана життєва історія героїні, яка вже в похилому віці знайшла себе: «Вона не схожа на пенсіонерку зі щемливої соціальної реклами. Має коротку стильну стрижку, з-під сірої плетеної туніки виглядають коліна в легінсах із яскравим орнаментом. І загалом, ця жінка наче не місцева – на вигляд чи то італійка, чи то німкеня. Іноді її навіть запитують, чи говорить вона українською. Сьогодні в Рівному Валентину знають як фотографиню. У 70-х же вона обрала «престижну для дівчинки професію» – бібліотекарки. 28 років потому почала писати в журнал. А сьогодні, на пенсії, ось уже третій рік називає себе «журналісткою під прикриттям» (Громлюк І. Називайте її Дежа Брют. *The Ukrainians*. 20.03.2019). Ця історія доволі популярна на сайті (27451 перегляд).

На сьогодні ми вже прийшли до етапу сприйняття карантину і коронавірусу як повсякденності і побачили, що аудиторія втомилася від цієї тематика та прагне чогось нового. Отже, можемо проаналізувати «весняну» реакцію ЗМІ і громадськості, оцінити якість новинної і репортажної роботи журналістів навесні 2020.

На нашу думку, журналістам України не вдалось переконати аудиторію щодо прийняття простої думки: «Коронавірусна пандемія вимагає спільних (суспільних) дій». На жаль, наша публіка продовжує вимагати від керівництва «перемоги над хворобою», але залишається «без маски», бо «це незручно». Основна властивість літератури та літературного репортажу зокрема – тексти викликають інтерес навіть через деякий час. Новина має значення тоді, коли вона трапилася «в моменті», а ось література (літературний репортаж) – свідчення часу.

**2.3 Особливості та перспективи реалізації технік художнього репортажу в сучасному лонгріді**

Варто відзначити, що найчастотніше твори наративної журналістики реалізуються у формі лонгріду, оскільки цей формат максимально широко та мультимедійно дозволяє подати актуальну проблему. На сьогоднішній день лонгрід неймовірно затребувана форма для втілення медійного контенту. Науковець В. Садівничий характеризує лонгрід як «складний твір, що містить текст, фотогалерею, інформаційний малюнок, відеоряд та аудіопередачу або кілька із цих елементів» [66, с. 46]. Лонгрід – це вдала форма застосування сучасних технологій у медіасфері, що складається з потужної мультимедійної бази, що включає у себе текст, ілюстрації (фото, інтерактивні зображення), відео та аудіоматеріали, презентації, фонова музика, вбудовані цитати тощо [67, с. 197].

Як вважає вчера І. Мацишина, лонгрід має наступні характеристики: актуальність; ґрунтовне дослідження; застосування фактчеку та значної кількості джерел; наявність персоналізованої думки автора; мікс жанрів; використання мультимедійних можливостів; подання «історії в історіях [66, с. 149]. На думку іншої дослідниці Х. Гац, найважливішими характеристиками лонгріду є жвавість, креативність контенту та максимальна заглибленість: «Сьогодні людям не потрібні просто сенсації чи свіжі новини, їм потрібні видовища і враження. Щоб серед мільярда сайтів і необмеженої кількості контенту людина звернула увагу саме на цей, а не інший матеріал, потрібно зробити щось неординарне. Відповідно замало просто написати геніальну статтю чи провести вагоме дослідження, потрібно вміти подати його аудиторії» [68].

Як показує дослідження Американського інституту преси, сформована аудиторія для споживання лонгрідів – це дуже важливий аспект. Читачі витрачають більше часу для ознайомлення з лонгрідом, тому важливо не розчарувати їх. «Великі статті прочитають лише ті, хто зацікавлений у темі й готовий витратити час на читання, а не перейшов на сайт переглянути коротеньку замітку», – впевнена Террі Рупар, редакторка мультимедійних проєктів у Washington Post [69].

Лонгрід доволі новий формат, вперше він з'явився в 2012 р. на інтернет-сайті американської газети *The New York Times*. У публікації «Snow Fall», застосовуючи прийоми сторітелінгу, йде мова про трагічні події – схід лавини у Каскадних горах у Вашингтон, де померло троє лижників. Публікація виявилася вірусної і за перші дні її подивилося близько 3,5 млн користувачів з усього світу. Автора публікації, Дж. Бранч отримав Пулітцерівську нагороду у номінації «Художня література».

Українські інтернет-ЗМІ починають активно застосовувати лонгрід у 2014–2015 рр. Першими національними виданнями, що стали у витоків зародження лонгріду в Україні можна вважати: «Новое время», «Дзеркало тижня», «Українська правда» та спецпроєкти ТСН.

У 2014 р. з’являється проєкт *The Ukrainians*, який повністю закцентував свою увагу на лонгрідах, а саме на жанрі інтерв’ю у цьому форматі. Оскільки формат був ще доволі незвіданим, то спочатку теми українських лонгрідів були продиктовані актуальними подіями в країні: війна на Сході України, Майдан Незалежності, спрямованість до Європи. Безумовно сьогодні поле тем, які реалізуються у формі лонгрідів значно розширилося і пальму першості і досі утримує COVID-19. Адже з початком пандемії наприкінці 2019 року, світ активно обговорював, будував прогнози і просто рефлексував стосовно того, що зміниться, як вплине і до чого призведе коронавірусна інфекція.

Деякі видання презентують досить таки прості лонгріди, використовуючи усього лише текст, фото або відео. Наповненість лонгріду якісними складовими залежить від фінансових можливостей ЗМІ, адже для створення лонгріду необхідні такі ресурси, як гроші, час, майстерність творців і залучення команди для плідної праці. Основне тематичне спрямування сучасних національних лонгрідів – це топи та дайджести, історії життя та успіху, репортажі, огляди на становища у царині освіти та науки, економіки, культури тощо.

Варто зазначити, що лонгрід – це не жанр, а формат, тобто спосіб та можливість репрезентації певної інформації. Його специфіка у тому, що він може бути представлений у будь-якому журналістському жанрі, який, на думку автора, найбільш вдало розкриє певну проблематику. Найчастіші жанри, які існують у формі лонгріду: репортаж, реконструкція подій, портрети та нариси [70]. Враховуючи, що ми досліджуємо художній репортаж, то розглянемо, як він може існувати у лонгрідній формі. Репортаж правдиво подає реальні події, що відбулися. У лонгрідному репортажі оповідь зазвичай йде від третьої особи. На репортажні лонгріди на сторінках українських ЗМІ натрапити неважко і вони доволі популярні та затребувані. Дослідник комунікаційних аспектів лонгріду С. Шашенко виокремлює такі вдалі роботи: «Історія Євромайдану. Хроніка української революції», «Іловайське пекло», «Історія ГогольFest», «Машиністи часу, або Назад в майбутнє» [70].

Приклади якісного лонгріда можна досить легко знайти на багатьох американських ресурсах. За допомогою контент-аналізу, ми дослідили найсвіжіші публікації і простежили, як реалізується лонгрідний художній репортаж в американських медіа, а саме в *The New Yorker*.

Американські дослідники вже неодноразово називали *The New Yorker* – місцем народження і становлення літературного репортажу. На сьогоднішній день *The New Yorker* продовжує на своїх сторінках втілювати традиції нового журналізму і виробляти репортажні лонгріди, використовуючи техніки сторітелінгу, які користуються попитом у аудиторії.

Аналізуючи онлайн-формат американського журналу, варто відзначити, що об'ємні репортажі з’являються приблизно раз на місяць, і «коронавірусний» матеріал про підсумки минулого року був опублікований аж у грудні 2020 р. Це явище демонструє втому читача від «вірусних» новин та затребуваність інших тем. Тому з грудня 2020 року і до травня 2021 тематика матеріалів змінює свій вектор і фокусується на гостро соціальних і політичних питаннях (життя у в'язниці, релігійність у сім'ї, підлітковий суїцид, екологія, протести в Росії і політика нового президента Байдена), де найчастіше ці теми розкривалися через досвід окремого героя.

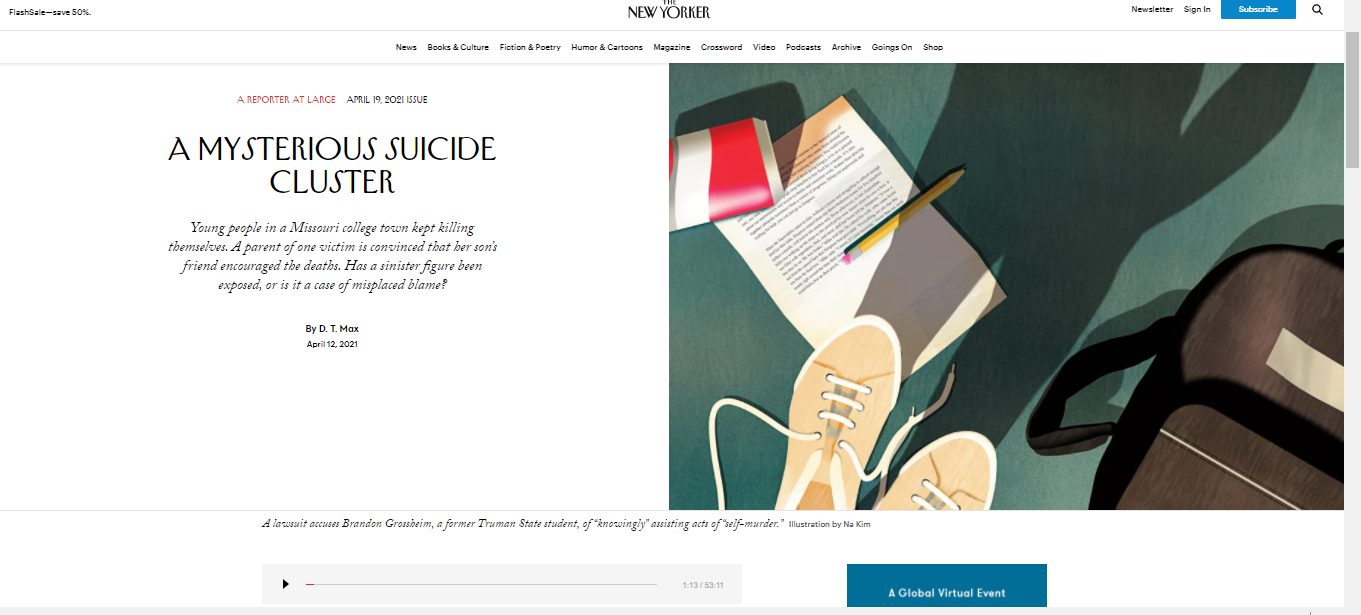
Наприклад, у публікації «Таємничий кластер самогубців», який вийшов у квітні 2021 (<https://www.newyorker.com/magazine/2021/04/19/a-mysterious-suicide-cluster> ), автор розповідає про університетське містечко в Міссурі, де 5 студентів покінчило з собою. Загиблі студенти були членами університетської братії і їх сім'ї впевнені, що саме ватажок спілки схилив їх до самогубства. Наративність оповідання творить описану реальність, занурює читача в атмосферу трагедії і розповідає в хронологічному порядку, що трапилося і як після розвивалися події. Текст не позбавлений документалізму і незважаючи на емоційність, наповнений фактами, коментарями фахівців (поліцейські, адвокати, психологи), що формують повну картину трагічних подій. Репортеру вдалося також поспілкуватися з іншими студентами університету, родиною одного з загиблих, місцевим поліцейським і за допомогою діалогів з персонажами занурити читача та передати атмосферу описаного. Деталізовано він описав кампус, кімнату, де повісився один з героїв – Маллінс. Також він відобразив як одне самогубство потягнуло за собою інші, і жителі містечка охрестили університет «диявольським місцем».

Автор демонструє ці події з різних боків і зачіпає кілька проблем: самогубство, засудження ватажка студентського гуртка, якого всі стали звинувачувати, нестабільність психіки молоді, життя після смерті і продовження судового процесу за статтею «Схиляння до самогубства». У публікації він закликає тих, хто думає піти з життя звернутися за допомогою до психолога і отримати підтримку.

Репортер максимально чітко вибудував свій текст в парадигмі художнього репортажу, показав проблему та навіть не одну, долі героїв і все це засновано на реальних фактах, також він висвітлив і юридичний аспект цього питання.

Побудова сюжету дотримується вимог драматургії: є чіткі часові рамки (від моменту першого самогубства і до наших днів) і місце (невелике містечко і Труменський університет). Також драматичність зачіпає долі героїв – Маллінса, який загинув і Гроссхейма (голови студентського гуртка, якого всі підозрюють і якому загрожує ув'язнення).

Публікація вибудована у формі лонгріда, цікава особливість – це можливість всередині тексту прослухати історію в аудіоформаті. Важливим елементом є використання фотографій у тексті. Фото у лонгріді мусять доповнювати матеріал та унаочнювати те, що хотів сказати автор (рис.1).



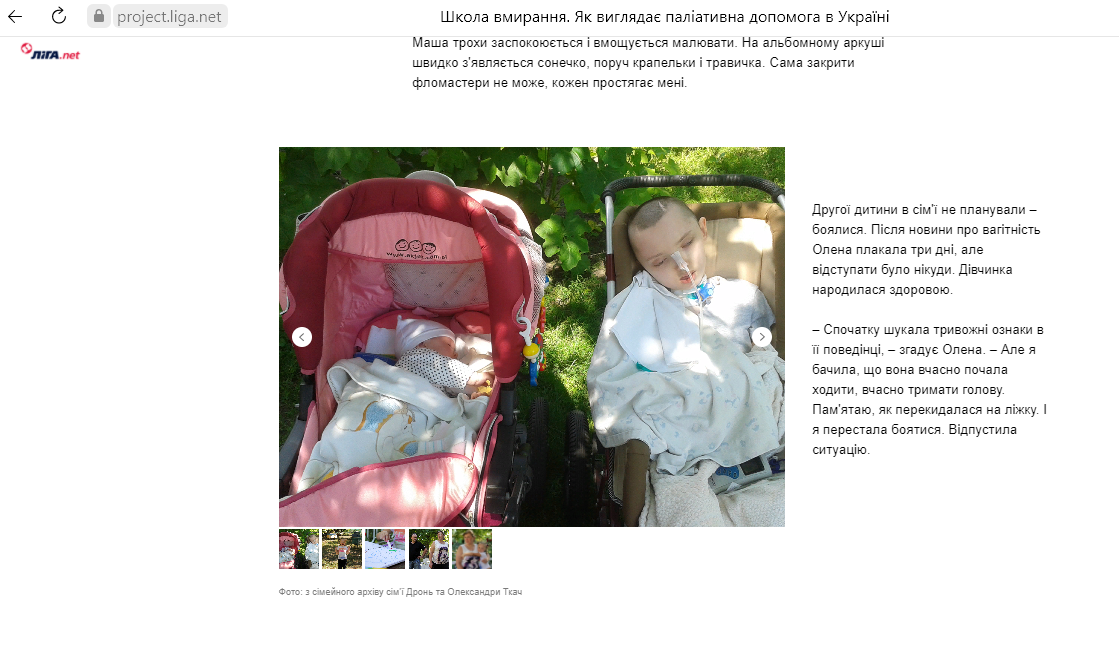
**Рис. 1. Доступний аудіоваріант та зображення (скрин з екрану)**

З огляду на описані вище техніки наративного репортажу, можна зробити висновок, що історія здатна жити самостійно незалежно від медіа, де вона опублікована. Це означає, що вона може трансформуватися в окремий літературний або ж кіношний твір. І незважаючи на захоплюючий та напружений сюжет, репортерові вдалося:

1) проінформувати про те, що трапилося;

2) звернути увагу громадськості на низку проблем.

Повертаючись до національного медіа-простору та розглядаючи такі особливості репортажу, як актуальність та результативність, проаналізуємо матеріал Наталі Куліді «Школа вмирання. Як виглядає паліативна допомога в Україні» (<https://project.liga.net/projects/palliative_care_ua/>), що був опублікований 17.10.2020 на ресурсі Ліга.net. Актуальність полягає в тому, що в Україні практично не передбачена допомога паліативним пацієнтам. На прикладі сім'ї Дронь у нас є можливість побачити як складно їм доводиться, коли в домі є тяжкохвора дитина, яка потребує постійного догляду та турботи (рис. 2).



**Рис.2. Приватні фото родини Дронь, як елемент привертання уваги та унаочнення описаного (скрин з екрану)**

Результативність публікації в тому, що автор знайомить нас з благодійними організаціями, які допомагають паліативним пацієнтам та куди всі бажаючі допомогти можуть звернутися і зробити свій внесок.

Завдяки технікам художнього репортажу, діалогам з персонажами, деталізованому опису подій розкривається проблема надання допомоги паліативним пацієнтам, показано в яких умовах лікуються хворі та працюють медики і викривається в цілому не надто втішний стан української медицини. Незважаючи на те, що матеріал будується у репортажній формі і читач стає завдяки автору спостерігачем цієї ситуації, тим не менш авторка спирається на офіційну статистику МОЗ з кількості паліативних хворих і наголошує, що в України лише 11 хоспісів. Тобто текст наповнений не лише емоціями та судженнями стосовно якості медичної допомоги в Україні, а й офіційними фактами та реальними даними, завдяки чому публікація не втрачає документалізму та виявляється, незважаючи на свою форму, суто журналістською.

Простежуючи базові характеристики художнього репортажу у даній публікації можна твердо сказати, що вони вдало представлені: ефект присутності («"Санаторій", "База відпочинку", "Здам будинок" – покажчики зі стрілочками миготять що 10 метрів. Це Орлівщина – село під Дніпром. Сюди їздять відпочивати: дихати лісовим повітрям і купатися у річці. Всього пів години від міста, а зона вже рекреаційна. Саморобні дерев'яні гойдалки, акуратні вулики, сосновий ліс, що починається наприкінці городу, і невеличкий двоповерховий будинок. Це – ділянка сім'ї Дронь»), деталізація («Палати для паліативних пацієнтів невеликі, схожі на кімнати в недорогому готелі. У кожній – одна-дві людини. На 10 хворих – тут один лікар, дві медсестри та дві санітарки. Вони не тільки надають медичну допомогу, а й доглядають за людиною: за необхідності миють, стрижуть волосся і нігті»), показ історії людини (приклад родини Дронь), кінематографічність, простота мови, глибоке дослідження теми (офіційна статистика МОЗ, коментарі медиків та волонтерів, досвід родини з паліативним хворим).

Також репортаж насичений елементами інтерв’ю і автор, щоб не бути голослівною будь-яку свою тезу підкріплює коментарями фахівців. Лонгрід має перемикач між українською та російською мовами. Також є можливість поділитися текстом у соціальних мережах. Щодо гіпертекстових посилань, то розповідаючи про благодійні фонди, можна було б зробити посилання і зацікавлений читач міг би одразу перейти на них, ознайомитися та зробити внесок. У лонгріді текст підкріплюється фото (наприклад, рис. 3), вони подані за текстом, це збалансовує матеріал і він не втрачає логічності та наочності, зберігаючи базові характеристики репортажу.



**Рис. 3. Лариса Колеснікова, медичний директор 12-ї лікарні Дніпра.**

**Фото: Олександра Ткач**

Порівнюючи приклади американського і українського лонгрідного художнього репортажу можна зробити висновки, що американський текст більш об'ємний за розміром, візуально він естетично оформлений і виникає враження, що перед тобою не газетний текст, а літературна історія. У тексті відсутні фотографії, в ньому переважають ілюстрації, це позбавляє матеріал максимального відображення того, що відбувається. У той час як український текст наповнений реальними фото, на яких фігурують всі герої і описані місця. Аудіо варіант – це вдалий інструмент лонгріда, який активно застосовує *The New Yorker.* Але в національній публікації більше передана атмосфера, матеріал виглядає реальніше і жвавіше, адже акцент зроблено не на «естетичній» формі, а на серйозному змісті, де головне завдання – показати проблему.

Оскільки США вважають батьківщиною наративної журналістики, тому саме там ця галузь преси активно процвітає і в багатьох освітніх установах можна отримати сертифікат за проходження окремого курсу присвяченому наративному письму. Університети Вашингтону, школи журналістики Берклі (Каліфорнійський університет) і Мейборн (Техаський університет) розробили програми навчання, які допомагають студентам отримати корисні поради та навички для написання наративних лонгрідів.

Окремі бонуси, які пропонують університети – це майстер-класи практикуючих наративістів і дослідників цієї галузі, таких як Марк Крамер, Джек Харт. У 2018 році фонд Ендрю В. Меллона затвердив грант у розмірі 700 000 доларів США для університету Денісона у Огайо, підтримавши ініціативу щодо включення в навчальний план вивчення локальної наративної журналістики.

Грантодавці вбачають широке майбутнє для реалізації наративної журналістики і пояснюють своє рішення тим, що локальні розповіді можуть значно поглибити освіту та знання студентів, а також змінити уявлення про майбутніх журналістів про роботу з фактами. Вони вірять, що ця ініціатива допоможе студентам знайти можливості писати історії, що відображають навколишній світ, і стати сильними комунікаторами.

Курси вимагають критичного мислення та демонструють студентам різні точки зору з питань, що мають вирішальне значення для громад. Про ці перспективи студенти писатимуть у нарисах, листах до редактора, публікаціях у блогах, звітах про розслідування тощо.

Ініціатива базується на навчальній концентрації Денісона в «Наративній журналістиці» – програмі, яка вчить студентів поєднувати літературне розповідання історій із поглибленими науковими дослідженнями. Концепція курсу наративної журналістики розроблена для студентів усіх спеціальностей, які хочуть мати певний практичний досвід для розвитку майбутньої роботи, а також ознайомлення з потенційними кар’єрними шляхами – від наукової літератури до текстів про локальні події.

На сьогоднішній день недооцінювати популярність і затребуваність наративної журналістики, а зокрема художнього репортажу просто неможливо. Західні колеги вже активно вивчають і застосовують можливості наративної преси, а ось українські заклади освіти, що готують майбутніх медійників тільки починають свій шлях пізнання перспектив цього виду творчої діяльності.

Так у 2019 р. інститутом журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка на кафедрі періодичної преси студентам третього курсу була запропонована вибіркова дисципліна «Наративна журналістика: лонгрід-практикум». Дисципліна розрахована на тих, хто має амбіції письменника і зможе реалізувати свій потенціал в написанні лонгрідів. Адже це та форма, яка взаємопов'язує журналістику і літературу, і дозволяє задіяти різноманітні мультимедійні елементи: фото, відео, аудіо. Розробники дисципліни стверджують, що після навчання студенти зможуть створювати художні тексти, які будуть зберігати журналістський фактаж та інформаційність.

Вивчаючи наративну журналістику, в рамках якої і існує художній репортаж, ми простежили її орієнтованість і співпрацю з так званими «slow» медіа. Повільна журналістика – це новий напрямок в медіа-сегменті, що сфокусований на створенні якісного продукту і нехай навіть на його продукування піде більше часу. Адже традиційно вважається, що основна характеристика журналістики – це оперативність і швидкість. Але найчастіше в гонитві за мейстрімом, часто «кульгає» якість матеріалів. Як ми вже згадували, художній репортаж, як правило, реалізується у формі лонгріду, тобто спілкування з героями і побудова сюжету потребують достатньо часу.

Очільники руху «повільної журналістики» порівнюють новини з їжею. Прийнято вважати, що фастфуд – це не їжа преміум класу, так і швидкі новини поступово стають ознакою відсутності смаку. Також дослідники доводять, що медіа і соціальні мережі впливають на збільшення тривожності серед людства. І щоб зменшити темп розвитку психологічних і психічних захворювань, потрібно дозовано випускати медійний контент, а споживачам радять брати тимчасовий інформаційний детокс.

Тарас Прокопишин – керівник проєкту *The Ukrainians* впевнений, що за «слоу» медіа майбутнє національної журналістики. По-перше, аудиторія вже втомилася від нескінченного потоку новин, по-друге, споживач контенту стане більш вибірковим і буде витрачати свій дорогоцінний час на споживання якісного продукту.

Як стверджує Тарас Прокопишин у проєкті *The Ukrainians*, вони не змагаються за пальму першості у викладі історії, для них важлива форма і якість, і тому, на це журналісти готові приділяти більше часу. Бо у результаті читач отримує лонгрідний, мультимедійний текст, який вражає не тільки сюжетом, а й зовнішнім виглядом та своєю естетичністю.

А головна редакторка онлайн-журналу *Reporters* Марічка Паплаускайте підкреслює: «Ми не просто будуємо трафікогенеруювальну контент-машину. Ми спеціалізуємося на лонгрідах і не публікуємо короткого контенту, інформаційного й політичного трешу».

Саме тому виховуючи читача та формуючи його медійний смак, художній репортаж в майбутньому здатен перетворитися на неймовірно популярний жанр, який стане джерелом отримання якісної інформації, яка представлена у ошатній формі з реальними героями, які живуть поміж нас.

**ВИСНОВКИ**

ЗМІ – це найдоступніше джерело актуальної інформації, що користується значним попитом у широкої аудиторії споживачів. Незважаючи на певну трансформацію та пошуки вдалих форм для продажу контенту, українські медіа намагаються йти у ногу з часом та реалізовувати цікаві проєкти на сторінках своїх видань.

Приклади західних колег, які зараз активно використовують мистецтво розповіді історій, не залишається непоміченим. Вже з'ясовано ефективність подачі події не через інформаційні стратегії, а за допомогою більш життєвих реальних історій, де на місце героя себе може поставити кожен. Техніки наративу створюють нові умови для відображення дійсності. Також під час дослідження ми побачили, як формується новий сегмент медіа-просторі – наративна журналістика, яка спирається на традиції нового журналізму. Але тим не менш завдяки літературним прийомам (драматичність, динамічно вибудований сюжет, конфліктність, чітко прописаний герой). Безумовно на перетині двох творчих царин: література і журналістика виникають певні протиріччя, оскільки традиційна преса відстоює класичне інформування, але смаки сучасної аудиторії доводять, що вона прагне споживати медійний контент у небанальному вигляді.

Наративність відкрила нові можливості для продукування журналістських текстів. Завдяки прийомам наративу, репортери можуть  
деталізовано відобразити навколишній світ, доводячи читачеві, що героєм може стати будь-хто. У наративних текстах автор стає ближчим до своєї аудиторії, оскільки може не ховатися за фактами, а демонструвати те, що побачив на власні очі. До того ж, залежно від емоційного стану  
читача, текст може бути прочитано по-різному, тобто, наративне  
сприйняття інформаційного продукту відкриває перед читачем можливості оригінального споживання новин.

Під час дослідження нами було з’ясовано, що поняття художній і літературний репортаж ототожнюють. Це автоматично зрівнює сфери журналістики й літератури, підкреслює факт, що вони доповнюють одне одного. Але для вітчизняного журналістикознавства поняття «літературний репортаж» природніше й зрозуміліше, ніж наратив. Це пов'язано з історичною складовою, враховуючи, що українська школа журналістики формувалася під впливом радянської моделі преси. Але тим не менш, сьогодні національна медіасфера активно звертається до західних моделей продукування контенту й прагне реалізувати їх на просторах українського медіаринку.

Аналіз специфіки застосування наративних технік, дозволяє сказати, що кожна історія повинна містити мотивацію та причинно-наслідковий зв’язок. Це пояснюється тим, що в журналістиці жодна подія не може існувати сама по собі, вона має бути вписана в певні формати, адже основна мета журналістики – це все ж таки інформування, а ось форма, в якій це відбувається, протягом часу змінюється.

Спираючись на дані, отримані під час аналізу сучасної української практики репортажу, ми змогли відстежити найактуальнішу тематику, специфіку відображення досвіду героя, конфлікт та образність, що максимально занурювали читача в перебіг описаних подій. Саме ці стратегії переплітаються з традицією наративу та створюють нові простори для існування цього жанру, але зберігаючи основний концепт журналістики – фактаж.

Також ми проаналізували комунікативну модель побудови художнього репортажу, дослідили, що він має бути насичений емоціями, але разом із емоціями, репортаж повинен містити документальність, відтворення фактів, а також суб’єктивну реакцію автора на певну ситуацію. Заради гармонізації тексту автори також активно застосовують прийоми сторітелінгу, що позитивно впливає на форму репортажу. Як показує досвід західних медіа, саме за сторітелінгом майбутнє преси, оскільки історії завжди знаходили відгук у публіки, оскільки зверталися до однієї з людських чеснот – емпатичності.

Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що сьогодні репортаж є неймовірно затребуваним продуктом на медіаринку. Цей жанр дозволяє оригінально та цікаво подати історію через занурення читача в зображувану подію. Опрацювання фактичного матеріалу, яскрава авторська харизма, художня образність надають тексту шарму. Та все ж, незважаючи на популярність такого формату репортажного жанру, його становлення в українських медіа ще триває.

Отже, орієнтуючись на техніки наративу, українські ЗМІ намагаються просувати художній репортаж на теренах національного інфопростору та заповнювати національне поле якісними лонгрідами, які насичені скравими мультимедійними інструментами (фото, відео та аудіо). Про це свідчать публікації, розглянуті в роботі, та власне ресурси, що позиціонують себе як суто репортажні медіа.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Vanoost M. Defining narrative journalism through the concept of plot. *DIEGESIS*. 2013. Vol. 2. No. 2. P. 77–97.
2. Reporters. Про нас. URL: http://www.reporters.media/pro-proekt/ (дата звернення: 21.05.2021).
3. Krieken K.W.M. van, Sanders J.M. Framing narrative journalism as a new genre. *A case study of the Netherlands Journalism*. 2017. Vol. 18. Issue 10. P. 1364–1380 DOI: https://doi.org/10.1177/1464884916671156 .
4. Krieken K. van. Literary, Long‐Form, or Narrative Journalism. In: The International Encyclopedia of Journalism Studies / eds. T.P. Vos, F. Hanusch, D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh and A. Sehl. 2020. DOI: 10.1002/9781118841570.iejs0135.
5. Rodríguez J.M.R., Aiguabella J.M.A. Narrative journalism in the United States, Latin America and Spain. A historical relationship. *CUICIID 2018. Conference: International university congress on communication in the profession and at today’s university: contents, research, innovation and teaching* (October 24–25, 2018). Vol. I. P. 199–201. DOI: <http://dx.doi.org/10.15178/CUICIID.2018>.
6. Бабенко В. Наративний текст у новинному форматі. *Теле- та радіожурналістика.* 2013. Вип. 12. С. 265–273.
7. Юферева О.В. Наративні тенденції сучасної української тревел-журналістики в соціокультурній перспективі (на матеріалі журналу «Мандри»). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 53. С. 51–55.
8. Шутяк Л.М. «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: ґенеза та жанрово-стилістичні ознаки: автореферат канд. наук із соц. комунікацій, спец.: 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Дніпропетровськ: Дніпропетровський нац. ун-т ім. О. Гончара, 2015.
9. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р. Т. Гром’яка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. Київ : Академія, 2007. 752 с.
10. Shiller R.J. Narrative Economics: How Stories Go Viral and Drive Major Economic Events. Princeton University Press, 2019. 400 р.
11. Webster's Seventh New Collegiate Dictionary. Springfield: G. & C. Merriam Company, 1969.
12. Новейший философский словарь. Минск : Книжный дом, 2003. 1280 с.
13. Porter A.H. The Cambridge Introduction to Narrative. Cambridge University Press, 2008.
14. Brockmeier J., Harre R. Narrative: problems and promises of one alternative paradigm. Voprosy fylosofyy. 2000. No 3. S. 29–42.
15. Ткачук О. Наратологічний словник. Тернопіль : Астон, 2002. 173 с.
16. Кривопишина А. С. Розважальний наратив: естетичний аспект і специфіка повістування. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія Філологічна: зб. наук. праць*. Острог, 2014. Вип. 41. С. 229 – 231.
17. Mishalova E.V. Historical narrative as a form of organization and representation of historical knowledge. *Epystemolohyya & fylosofyya nauky*. 2012. T. XXXI. No 1. S. 157–173.
18. Капленко О. М. Наративні структури в українській авангардній прозі 20-х років ХХ століття: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філологічних наук: спец. 10.01.01. Київ, 2005. 20 с.
19. Папуша І. Що таке наратологія? (огляд концепцій). *Studia methodologica*. Вип. 16. Наративні виміри літератури. Тернопіль : Редакційно-видавничий відділ ТНПУ, 2005. С. 29−46.
20. Сірук В. Наративна стратегія малої прози Лесі Українки. *Слово і час*. 2006. № 2. С. 8–14.
21. Глущенко А. Г., Гудошник О. В. Традиції наративної журналістики в українському літературному репортажі. *Масова комунікація у глобальному та національному вимірах*. Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2020. Вип. 13. 155 с. С. 27–32.
22. Underwood D. Journalism and the Novel: Truth and Fiction, 1700–2000. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press, 2008. 280 p.
23. Hartsock J. A History of American Literary Journalism: The Emergence of a Modern Narrative Form. Amherst: University of Massachusetts, 2001. 294p.
24. Scanlan Ch. Birth of the Inverted Pyramid: A Child of Technology, Commerse and History. *Poynter.* URL: <http://www.poynter.org/how–tos/newsgathering–storytelling/chip–on–your–shoulder/12755/birth–of–the–inverted–pyramid–a–child–of–technology–commerce–and–history/> (дата звернення: 23. 04.2021).
25. Sterling Ch. Encyclopedia of journalism. SAGE Publications Inc., 2009. 1176 p.
26. Староверова Е.В. Американская литература. URL: <http://lit-prosv.niv.ru/lit-prosv/staroverova-amerikanskaya-literatura/ernest-heminguej.htm> (дата звернення: 23. 04.2021).
27. Wefing H.O. Literary journalism as artfulness: The resonant voice of Tracy Kidder. Doctoral Dissertations Available from Proquest. 2004. URL : <https://scholarworks.umass.edu/dissertations/AAI3152759> (дата звернення: 23. 04.2021).
28. 4 Articles You Must Read That Will Turn You Into A Fan Of Narrative Journalism. URL: <https://culturacolectiva.com/books/how-to-write-narrative-journalism-examples> (дата звернення: 23. 04.2021).
29. Altheide D. L., Rasmussen P. K. Becoming news: A study of two newsrooms. *Work and Occupations.* 2004.Vol. 3. No.2. P. 223–246.  DOI: 10.1177%2F073088847600300206.
30. Бозрикова С. А. Нарративная журналистика как явление. *Rozwój nauk humanistycznych : materiały międzynarodowej naukowopraktycznej konferencji* (27.02.2012–29.02.2012). Poznań, 2012. Cześć 4. S. 5– 9.
31. Sims N. True stories: A century of literary journalism. Northwestern University Press, 2008. 423 p.
32. Hart J. Storycraft: The Complete Guide to Writing Narrative Nonfiction. Chicago : University of **Chicago** Press, 2011.
33. Ricketson M. Writing feature stories: how to research and write newspaper and magazine articles. Crows Nest: Allen & Unwin, 2004.
34. Frank, A.W. The Renewal of Generosity: Illness, Medicine, and How to Live. Chicago: The University of Chicago Press, 2004.
35. Бозрикова С.А. Особенности криминальной нарративной журналистики в Америке и России. *Человек. Культура. Образование*. 2012. № 3 (5). С. 55–63.
36. Kramer M. Breakable rules for literary journalists. Literary Journalism: A New Collection of the Best American Nonfiction / ed. by Norman Sims, Kramer Mark. New York : Ballantine, 1994. P. 21–34.
37. Шилихина К.М. Иронический нарратив: особенности структуры текста. *Вестник Воронежского государственного университета*. 2013. С. 59–63.
38. Kormelink T., Meijer C.I. Truthful or engaging? *Digital Journalism*. 2015. Vol. 3. No. 2. P. 158–174. DOI : <http://doi.org/10.1080/21670811.2014.1002514>.
39. Титаренко М. Американський новий журналізм: Terra In/cognitaю *Медіакритика*. 2011. 21 вересня. URL : [http://www.mediakrytyka.info/za-scho- krytykuyut-media/amerykanskyy-novyy-zhurnalizm-terra- 22 incognita.html](http://www.mediakrytyka.info/za-scho-%20krytykuyut-media/amerykanskyy-novyy-zhurnalizm-terra-%2022%20incognita.html) (дата звернення: 12.04.2021).
40. Сердюк О. Факт і його освоєння як головна проблема американської «нової журналістики». *Вісник Львівського університету. Серія «Іноземні мови»*. 2012. Вип. 20 (2). С. 126–131.
41. Денисова Т. Історія американської літератури. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2012.
42. Основа. 1861. № 11–12. С. 122–128.
43. Вітгенштайн Л. Tractatus Logico-Philosophicus; Філософські дослідження. / Пер. Євгена Поповича.  Київ : Основи.  1995.
44. Марк Л. Сторітелінг для очей, вух і серця. Київ : Наш Формат, 2020. 184 с.
45. Побідаш І. Л. Сторітелінг: ознаки "гарної" історії. *Обрії друкарства*. 2019. № 1. С. 144–150.
46. Скворцов А. Сторителлинг. Как рассказать историю интересно, чтобы она не превратилась в скучный набор фактов? *Меркатор Груп*. 2007. 27 апр. URL: http://www.mercator.ru/articles/article.php?articleID=58 (дата звернення: 04.03.2017).
47. Maras S. Objectivity in journalism. Cambridge, MA: Polity, 2013.
48. Що українці шукали в Google. Підсумки 2020 року. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-55231990> (дата звернення: 09.05.2021).
49. Франкл В. Доктор и душа. Пер. с англ.  Санкт-Петербург : Ювента, 1997.
50. [Polti G. The thirty-six dramatic situations](https://archive.org/details/thirtysixdramati00polt). Ohio: James Knapp Reeve, 1924.
51. Carter J. The Comedy Bible. Simon and Schuster, 2001.
52. Яремчук О. Факт проти вигадки у літературному репортажі. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. Вип 44. С. 90–95.
53. Репортажний текст: структура, семантика : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Донец. нац. ун-т. Донецьк, 2011.
54. Іващук А.І. Варіативність та взаємоперехід інформаційних жанрів у сучасній українській пресі : автореф. дис ... канд. наук із соціальних комунікацій. Київ : Б.в., 2009. 17 с.
55. Яремчук О. Андрій Бондар: «Репортаж – це завжди зміна чорно-білої оптики». *ЛітАкцент*. 2015. 17 березня. URL: <http://litakcent.com/2015/03/17/andrij-bondar-reportazh-ce-zavzhdy-zmina-chorno-biloji-optyky/> (дата звернення: 09.05.2021).
56. Що треба знати про художній репортаж – розбираємо на прикладі Reporters. URL: https://www.thelede.media/lifehacks/2020/01/27/775/ (дата звернення: 16.01.2021).
57. Буше Ж.-Д. Репортаж у друкованій пресі. Київ : Софія-прес, 2003. 104 с.
58. Шутяк Л. М. «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: ґенеза та жанрово-стилістичні ознаки : автореферат канд. наук із соц. комунікацій, спец.: 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Дніпропетровськ : Дніпропетровський нац. ун-т ім. О. Гончара, 2015.
59. Капусцінський Р. Автопортрет репортера. Київ : Темпора, 2011. 134 с.
60. Галлер М. Репортаж : навч. посіб.; пер. з нім. В. Климченко, В. Олійник; за заг. ред. В.Ф. Іванова. Київ : Академія Української Преси : Центр Вільної Преси, 2011. 348 с.
61. Бузько Д., Шкурупій Г. Старим Дніпром в останній раз. Нова генерація. 1927. № 1. С. 21–36.
62. Українська художня репортажистика. URL: <https://wisecow.com.ua/zhurnalistika/zhurnalіstika-v-lіteraturі/ukraїnska-xudozhnya-reportazhistika.html> (дата звернення: 15.05.2021).
63. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія. Київ : Вид-во Інституту жур - налістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. 236 с.
64. Шабеліст С. В. Літературний репортаж у сучасній українській пресі: теоретико-методологічні аспекти. URL: http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/ 123456789/4298/1/Shebelist.pdf.
65. Смоляр Л. Подорож не лише ногами, а й головою»: Ярина Цимбал про літературний репортаж. URL: <http://medialab.online/news/podorozh-ne-ly-nogamy-j-golovoyu-yary-na-tsy-mbal-pro-literaturny-j-reportazh> (дата звернення: 15.05.2021).
66. Кросмедіа : контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за ред. В. Е. Шевченко. Київ, 2017. 234 с.
67. Шашенко С. Комунікаційні аспекти сучасних мультимедійних лонгрідів: українська практика. *Український інформаційний простір : Науковий журнал.* 2019. №1(3). С. 197–210.
68. Гац Х. Нові інструментарії журналістики або як врятувати нудний контент. Медіакритика. 2015. 8 жовтня. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyadyanalityka/novi-instrumentariyi-zhurnalistykyabo-yak-vryatuvatynudnyy-kontent.html> (дата звернення: 15. 05.2021).
69. Блажеєвська Ю. М. Лонгрід як спосіб подачі інформації в сучасних інтернет-ЗМІ. *Соціальні комунікації* . 2019. № 16.
70. Шашенко С. Комунікаційні аспекти сучасних мультимедійних лонгрідів: українська практика. *Український інформаційний простір*. 2019. № 1. С. 197–210.