

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет управління
Кафедра журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему «Створення лонгвідів для локального онлайн-медіа (на прикладі
dnipro.media)»

Виконала: студентка групи ЖР 22-2
спеціальності 061 «Журналістика»

Токар В.В.

Керівник:

к.н із соц.ком., доцент Сенкевич Г.А.

Дніпро 2026

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на тему:

«Створення лонгвідів для локального онлайн-медіа (на прикладі dnipro.media)»

Виконавець: студентка групи ЖР22-2 Токар В.В.

Керівник: к.н із соц.ком., доцент Сенкевич Г.А.

Кваліфікаційна робота: 69 с., 33 рис., 28 джерел.

Інформаційний продукт: Цикл мультимедійних лонгвідів про Дмитра Яворницького.

Мета кваліфікаційної роботи: створити та опублікувати цикл мультимедійних лонгвідів про Дмитра Яворницького на локальному онлайн-медіа dnipro.media з метою популяризації історичної та культурної спадщини регіону серед широкої цифрової аудиторії.

Актуальність і новизна інформаційного продукту: підготовлені лонгвіди популяризують спадщину видатного українського вченого, засновника Національного музею у Дніпрі, через сучасний мультимедійний формат, орієнтований на широку цифрову аудиторію. Новизна інформаційного продукту полягає в тому, що це перший мультимедійний проєкт, який повністю присвячений постаті Яворницького та його діяльності у музеї. Матеріал доступний у масовому форматі, поєднує наукову достовірність із прийомами нарративної журналістики та авторським візуальним стилем, реалізованим засобами платформи Figma.

Зміст інформаційного продукту: цикл із двох лонгвідів: «Поль, Яворницький та 250 тисяч експонатів: як створювався національний історичний музей у Дніпрі», «Як Дмитро Яворницький проніс козацьку спадщину крізь чотири режими».

Інформаційний продукт опублікований на локальному онлайн-медіа dnipro.media та поширений через соціальні мережі видання. Матеріали можуть використовуватися у навчальному процесі.

Ключові слова: журналістика, цифрова журналістика, мультимедіа, лонгвід, нарративна журналістика, сторітелінг, культурна спадщина, Дмитро Яворницький, музейна справа, археологія.

SUMMARY

qualification work on the topic:

«Creating longreads for local online media (the case of dnipro.media)»

Author: student of the group ZHR22-2 Tokar V.V.

Supervisor: Ph.D. with Soc. Communications, Associate Professor
Senkevich G.A.

Qualification work: 69 pages, 33 figures, 28 sources.

Information product: Cycle of multimedia longreads about Dmytro
Yavornytsky.

The purpose of the qualification work: to develop and implement a cycle of multimedia longreads about Dmytro Yavornytsky as an effective information product for popularizing the historical and cultural heritage of the region among a wide digital audience.

Relevance and novelty of the information product: the prepared longreads promote the legacy of an outstanding Ukrainian scholar and founder of the National Museum in Dnipro through a modern multimedia format aimed at a wide digital audience. The novelty of the information product lies in the fact that it is the first multimedia project entirely dedicated to the figure of Yavornytsky in an accessible mass format, combining scientific accuracy with narrative journalism techniques and an original visual style implemented through the Figma platform.

The content of the information product: a cycle of two longreads: «Pol, Yavornytsky, and 250,000 Artifacts: How the National History Museum in Dnipro Was Created», «How Dmytro Yavornytsky Preserved the Cossack Legacy Through Four Regimes».

The information product has been published on the dnipro.media local online platform. These materials can be used in the classroom when teaching Ukrainian history and local studies, as well as for distribution via educational platforms and social media.

Keywords: journalism, digital journalism, multimedia, longread, narrative journalism, storytelling, cultural heritage, Dmytro Yavornytsky, museum studies, archaeology.

ЗМІСТ

ЗМІСТ	5
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЛОНГРІДІВ	9
РОЗДІЛ 2. ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, КАНАЛИ ПОШИРЕННЯ ТА РЕСУРСНІ ВИТРАТИ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЛОНГРІДІВ	19
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЦИКЛУ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЛОНГРІДІВ ДЛЯ DNIPRO.MEDIA	26
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ «ЦИКЛ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЛОНГРІДІВ»	31
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи. Сучасна цифрова журналістика переживає період глибокої трансформації: традиційні формати подання інформації поступаються місцем мультимедійним, інтерактивним і наративно насиченим матеріалам. Одним із найбільш перспективних жанрів у цьому контексті є мультимедійний лонгрід формат, що поєднує розгорнутий авторський текст, фотографії, інфографіку та інтерактивні елементи в єдину цілісну структуру. Попри зростання інтересу до цього формату в українській журналістиці, його потенціал у сфері популяризації культурної та історичної спадщини залишається недостатньо реалізованим. Регіональні музеї, культурні інституції та освітні заклади не мають достатнього досвіду створення якісного мультимедійного контенту, здатного зацікавити широку аудиторію. Водночас постать Дмитра Івановича Яворницького видатного українського історика, археолога, засновника Національного музею у Дніпрі попри свою виняткову значущість для культури регіону і країни загалом, залишається недостатньо представленою в сучасному цифровому медіапросторі у форматах, доступних масовій аудиторії.

Теоретичним підґрунтям роботи слугують дослідження мультимедійного лонгріду як дидактичного і журналістського формату (М. Butyrina, L. Temchenko), наративних моделей у цифровій журналістиці (В. Бабенко), сторітелінгу в онлайн-медіа (М. Дорош), журналістики даних та візуалізації (Д. Солодовник), комунікаційних технологій (Н. Зражевська), а також практичний досвід авторських медійних проєктів (О. Марків, Т. Білорусцева, С. Денисюк) і мультимедійного навчання (Я. Яненко). Аналіз цих праць дозволяє сформулювати теоретичну рамку для розробки циклу матеріалів і обґрунтувати вибір форматних та технологічних рішень.

Мета кваліфікаційної роботи теоретично обґрунтувати та практично реалізувати та опублікувати цикл мультимедійних лонгрідів про Дмитра

Яворницького на локальному онлайн-медіа dnipro.media з метою популяризації історичної та культурної спадщини регіону серед широкої цифрової аудиторії.

Завдання кваліфікаційної роботи:

1. Дослідити теоретичні та прикладні основи створення мультимедійних лонгрідів, проаналізувати науковий досвід у цій сфері та обґрунтувати актуальність і концепцію інформаційного продукту.
2. Визначити цільову аудиторію циклу лонгрідів, окреслити канали поширення інформаційного продукту та здійснити аналіз ресурсних витрат на його створення.
3. Описати процес розробки та реалізації циклу мультимедійних лонгрідів, охарактеризувати етапи їх створення та результати публікації та поширення.
4. Створити цикл мультимедійних лонгрідів про Дмитра Яворницького як самостійний інформаційний продукт.

Інформаційний продукт цикл мультимедійних лонгрідів «Поль, Яворницький та 250 тисяч експонатів: як створювався національний історичний музей у Дніпрі» та «Як Дмитро Яворницький проніс козацьку спадщину крізь чотири режими».

Новизна інформаційного продукту. Цикл лонгрідів є першим мультимедійним проектом, повністю присвяченим постаті Дмитра Яворницького у форматі, орієнтованому на широку цифрову аудиторію, а не на вузьке коло фахівців. Структурна новизна полягає в поділі матеріалу на два тематично самостійні, але концептуально пов'язані лонгриди, кожен із яких може читатися окремо або як частина циклу. Методологічна новизна виявляється в поєднанні наукової достовірності з прийомами наративної журналістики та сторітелінгу. Технологічна доступність реалізації через платформу Figma демонструє можливість створення якісного мультимедійного контенту без значного фінансового бюджету та складних технічних ресурсів, що відкриває шлях до тиражування цього досвіду іншими культурними і освітніми інституціями.

Практичне значення інформаційного продукту. Цикл лонгвідів опублікований на локальному онлайн-медіа dnipro.media незалежному виданні про Дніпро та Дніпровщину, яке висвітлює історію, культуру та міське життя регіону. Матеріали поширені через соціальні мережі видання та можуть використовуватися у навчальному процесі при викладанні історії України, краєзнавства та музеєзнавства в школах і університетах. Розроблена модель створення мультимедійних біографічних лонгвідів може бути застосована іншими регіональними музеями та культурними інституціями для популяризації власної спадщини.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЛОНГРІДІВ

Огляд наукових розробок за темою кваліфікаційної роботи

Сучасна цифрова журналістика переживає період трансформації, коли традиційні форми подання інформації поступаються місцем новим мультимедійним форматам. Лонгрід як жанр цифрової журналістики виник на межі 2010-х років у відповідь на потребу аудиторії в глибокому, детальному висвітленні подій та явищ. На відміну від коротких новинних форматів, лонгрід пропонує читачеві занурення в тему через поєднання тексту, фотографії, відео, аудіо та інтерактивних елементів.

Дослідження М. Бутириної та Л. Темченко демонструють, що мультимедійний лонгрід функціонує як дидактичний засіб у медіаосвіті, поєднуючи інформаційну та навчальну функції. Автори наголошують на тому, що цей формат дозволяє структурувати великі обсяги інформації таким чином, щоб читач міг самостійно обирати темп та глибину ознайомлення з матеріалом. Варто зазначити, що така нелінійна структура подання контенту принципово відрізняється від традиційної газетної статті або телевізійного репортажу, де автор визначає послідовність сприйняття інформації [25, с. 29].

Наративний підхід до створення лонгрідів описано В. Бабенко, яка аналізує специфіку оповідної структури в новинному форматі. Дослідниця виокремлює декілька моделей наративу, які журналісти використовують для побудови довгих матеріалів. Перша модель, хронологічна, передбачає послідовний виклад подій у часовій перспективі. Друга, тематична, організовує матеріал навколо центральної проблеми або персонажа. Третя, мозаїчна, поєднує різні сюжетні лінії, які зрештою складаються в цілісну картину [1]. На практиці автори лонгрідів часто комбінують ці моделі, створюючи складну багатопланову структуру оповіді.

Технологічний аспект створення мультимедійних проєктів досліджують О. Євсєєв та Є. Грабовський, які зосереджуються на використанні штучного

інтелекту для генерації контенту. Їхнє дослідження показує, що сучасні цифрові інструменти дозволяють автоматизувати певні етапи роботи над лонгрідом, зокрема добір візуального матеріалу, створення інфографіки, навіть написання окремих фрагментів тексту. Проте автоматизований контент поки що не може конкурувати з авторськими матеріалами за глибиною та емоційним впливом [8, с. 93].

М. Дорош у своєму дослідженні сторітелінгу наголошує на тому, що успішний лонгрід завжди будується навколо історії, а не просто набору фактів. Автор розрізняє сторітелінг на паперових носіях та в цифровому середовищі, вказуючи на принципову відмінність у способах утримання уваги читача. Якщо друкований текст покладається переважно на силу слова та логіку викладу, то цифровий лонгрід використовує весь арсенал мультимедійних засобів для створення ефекту присутності [7]. Найефективніші лонгріди поєднують традиційні журналістські навички з новітніми технологічними можливостями.

Візуальна складова мультимедійних проєктів аналізується в роботі Д. Солодовника, присвяченій журналістиці даних. Дослідник розглядає проєкти переможців The Sigma Awards та виділяє спільні риси успішних візуалізацій. Інфографіка, інтерактивні карти, діаграми та графіки не просто ілюструють текст, а стають самостійними носіями інформації, здатними розповісти складну історію без слів [21, с. 73]. Дослідження показують, що користувачі схильні довше затримуватися на сторінках з якісною візуалізацією даних.

К. Кисіль досліджує використання інтерактивних мап у журналістиці, пропонуючи практичні рекомендації для новачків та досвідчених журналістів. Авторка демонструє, що географічна прив'язка інформації робить матеріал конкретнішим та зрозумілішим для аудиторії. Інтерактивна мапа дозволяє читачеві самостійно досліджувати дані, наближуючи цікаві локації та переглядаючи додаткову інформацію [14]. Такий підхід перетворює пасивного споживача контенту на активного дослідника.

Комунікаційні технології, що лежать в основі створення мультимедійних проєктів, систематизовано описані Н. Зражевською. Дослідниця пропонує

теоретичну рамку для розуміння процесів обміну інформацією в цифровому середовищі, аналізуючи канали комунікації, бар'єри сприйняття, механізми зворотного зв'язку. Концепція багаторівневої комунікації особливо релевантна для розуміння того, як лонгрід взаємодіє з аудиторією через різні медіаканали одночасно [10, с. 87].

О. Марків, Т. Білорусцева та С. Денисюк у своєму дослідженні авторських медійних проєктів наголошують на освітньому вимірі медіавиробництва. Автори стверджують, що створення лонгвідів вимагає не лише технічних навичок, але й глибокого розуміння принципів медіадизайну та архітекtonіки форматів. Вони виділяють три рівні компетентності, необхідні для успішного медіапроєкту: концептуальний (здатність сформулювати ідею та визначити цільову аудиторію), технічний (володіння інструментами створення контенту) та аналітичний (уміння оцінювати ефективність та коригувати стратегію) [18].

Я. Яненко розглядає мультимедійний творчий проєкт як технологію навчання майбутніх фахівців у галузі мас-медіа. Дослідниця доводить, що практична робота над лонгвідом дозволяє студентам інтегрувати знання з різних дисциплін: журналістики, фотографії, відеомонтажу, веб-дизайну, копірайтингу. Проєктний підхід формує не лише професійні компетентності, але й soft skills (гнучкі навички), такі як тайм-менеджмент, робота в команді, критичне мислення. На практиці це означає, що випускники журналістських факультетів, які мають досвід створення лонгвідів, краще адаптуються до вимог сучасного медіаринку.

Обґрунтування актуальності створення інформаційного продукту

Історична спадщина України потребує нових форм презентації для сучасної аудиторії, особливо молодого покоління, яке звикло сприймати інформацію через цифрові канали. Дмитро Іванович Яворницький залишається однією з найвизначніших постатей української історіографії, проте його внесок у науку та культуру недостатньо висвітлений у сучасному медіапросторі в форматах, доступних широкій аудиторії. Традиційні наукові публікації та музейні експозиції, безумовно, зберігають пам'ять про вченого, однак вони

орієнтовані переважно на вузьке коло дослідників та відвідувачів культурних закладів.

Сучасна медіаситуація характеризується переважанням коротких новинних форматів, які не дозволяють розкрити складні історичні теми з належною глибиною. За даними дослідження N. Newman, присвяченого трендам цифрової журналістики, попит на аналітичний довгий контент стабільно зростає серед цифрових користувачів [26]. Хоча це дослідження охоплює переважно розвинені медіаринки, однак світові тенденції вказують на актуальність глибоких форматів і для українського медіаринку.

Регіональна культурна ідентичність Дніпропетровщини тісно пов'язана з постаттю Яворницького, який не лише досліджував історію краю, але й активно формував культурний ландшафт регіону. Національний музей історії України імені Д.І. Яворницького в Дніпрі зберігає унікальні колекції, зібрані вченим, проте ця інформація залишається маловідомою за межами професійних кіл. Медіапроекти про культурну спадщину здатні охопити широке коло аудиторій: студентів, викладачів, краєзнавців, туристів [3, с. 19].

Воєнний стан в Україні посилив потребу в контенті, який зміцнює національну ідентичність та культурні зв'язки з власною історією. Історична пам'ять функціонує як інструмент консолідації суспільства, надаючи людям відчуття спадкоємності поколінь та укоріненості в культурній традиції. Яворницький, який присвятив життя дослідженню козацької доби, збереженню артефактів української культури, створенню музею як простору національної пам'яті, втілює цінності, актуальні для сучасного українського суспільства. Варто зазначити, що точних даних з цього питання недостатньо, але соціологічні опитування показують зростання інтересу до історичної тематики серед різних вікових груп.

Освітній потенціал мультимедійних лонгвідів про Яворницького полягає в можливості використання цих матеріалів у навчальному процесі. Школи та університети потребують сучасних навчальних матеріалів, які б поєднували наукову достовірність з привабливою формою подання. Лонгвіди можуть стати

допоміжним засобом для викладання історії України, краєзнавства, музеєзнавства, археології. У дослідженні освітніх сценаріїв журналістики до 2030 року наголошується на необхідності інтеграції мультимедійних проєктів у навчальні програми [27, с. 1935].

Туристичний потенціал проєкту пов'язаний з можливістю залучення відвідувачів до музею Яворницького та інших культурних об'єктів Дніпра. Сучасний культурний туризм базується на попередньому ознайомленні з локацією через цифрові канали: потенційний турист шукає інформацію онлайн, читає матеріали, дивиться фото та відео, і лише після цього приймає рішення про відвідування. Якісний мультимедійний контент функціонує як інструмент промоції культурних об'єктів. На основі порівняння можна зробити висновок, що міста з розвиненим цифровим культурним контентом привертають більше туристів.

Медіапроєкт про Яворницького відповідає принципам *solutions journalism*, описаним Т. Слотюк, оскільки не лише розповідає про проблему недостатньої популяризації історичної спадщини, але й пропонує конкретне рішення через створення доступного мультимедійного контенту [20]. Цей підхід передбачає фокус на позитивних прикладах та конструктивних рішеннях, що особливо актуально в умовах інформаційного перевантаження негативними новинами.

Опис загальної концепції інформаційного продукту

Цикл мультимедійних лонгвідів про Дмитра Яворницького складається з двох самостійних, але тематично пов'язаних матеріалів, кожен з яких присвячений окремому аспекту діяльності вченого. Перший лонгвід «Поль, Яворницький та 250 тисяч експонатів: як створювався національний історичний музей у Дніпрі» розповідає про створення та розвиток музею, другий «Як Дмитро Яворницький проніс козацьку спадщину крізь чотири режими» присвячений розповіді про життя та його роботу у різні періоди та як він адаптувався під кожен з них. Така структура дозволяє розкрити багатогранність постаті Яворницького, уникаючи надмірної фрагментації або, навпаки, перевантаження одного матеріалу різноматематичною інформацією.

Жанрова природа лонгріду визначається як біографічне есе з елементами історичного репортажу та культурологічного аналізу. Текстова частина першого лонгріду становить близько 1900 слів, другого — близько 1300 слів, що відповідає оптимальному обсягу для утримання уваги цифрової аудиторії. Дослідження показують, що матеріали такого обсягу читач може опрацювати за 10-15 хвилин, що вписується в типові сценарії споживання контенту [8]. Варто зазначити, що ця цифра не є абсолютною, оскільки час читання залежить від індивідуальних особливостей користувача та наявності відволікаючих факторів.

Мультимедійна структура лонггідів передбачає інтеграцію різних типів контенту в єдиний наратив. Текст функціонує як основа, навколо якої вибудовуються візуальні та аудіовізуальні елементи. Кожен лонггид містить понад 10-15 фотографій: історичні знімки Яворницького, архівні документи, зображення археологічних знахідок, сучасні фото музейних експозицій. Фотографії не просто ілюструють текст, а створюють візуальний наратив, який можна читати незалежно від словесної частини [25].

Інтерактивні елементи включають QR-коди для швидкого доступу до додаткових матеріалів, інфографіку з хронологією життя та діяльності Яворницького, карти археологічних експедицій. К. Кисіль наголошує на тому, що інтерактивні мапи особливо ефективні для історичних матеріалів, оскільки дозволяють читачеві побачити географічний контекст подій [14]. У випадку лонггідів про Яворницького карта показує локації археологічних розкопок, місця, де він працював, об'єкти культурної спадщини, пов'язані з його ім'ям.

Стилістика текстів поєднує науковість з доступністю викладу. Уникаючи надмірного спрощення, матеріали водночас не перевантажені термінологією та академічним жаргоном. Використовуються техніки сторітелінгу: живі деталі, діалоги (реконструйовані на основі мемуарів та листування), описи конкретних ситуацій. М. Дорош зазначає, що успішний цифровий наратив завжди має персоналізований характер, де абстрактні історичні процеси втілюються в конкретних людських долях [7]. На практиці це означає, що розповідь про

археологічну експедицію будується не як сухий перелік знахідок, а як історія з конфліктом, несподіваними поворотами, емоційними переживаннями учасників.

Технічна реалізація лонгвідів здійснювалась на базі інструментів Figma. Для створення візуального оформлення та верстки, також для створення інтерактивних карт, обробки фотографій та розробки мультимедійних елементів. Ця платформа дозволила поєднувати текст, фотографії, графічні елементи в єдину композицію без необхідності володіння складними професійними програмами веб-дизайну. Для публікації на платформі dnipro.media матеріали були підготовлені у форматі веб-сторінки, що забезпечувало оптимальне відображення на цифрових пристроях. Згодом один із матеріалів опублікували в Instagram-акаунті медіа, що розширило охоплення аудиторії через соціальні мережі. Також готові матеріали можуть бути експортовані в різних форматах: як PDF для друку, як набір зображень для соціальних мереж, як веб-сторінка для розміщення на сайті музею чи освітньому порталі [12].

Обґрунтування новизни інформаційного продукту

Аналіз існуючих матеріалів про Дмитра Яворницького в українському медіапросторі показує переважання традиційних форматів подання інформації. Музей імені Яворницького має офіційний сайт з біографічною довідкою та описом експозицій, проте ці матеріали виконані в академічному стилі та орієнтовані на підготовленого читача. Наукові публікації про Яворницького, представлені в історичних журналах та збірниках, також розраховані на фахову аудиторію та рідко виходять за межі професійного середовища. Окремі статті в онлайн-медіа, присвячені ювілейним датам чи музейним подіям, мають новинний характер та не претендують на глибоке розкриття теми.

Мультимедійні лонгвіди історичної тематики створювалися українськими медіа, зокрема проекти Українського інституту національної пам'яті, порталу «Історична правда», регіональних медіа. Проте жоден з цих проєктів не фокусувався виключно на постаті Яворницького як музеєзнавця, археолога та історика. Найближчим аналогом можна вважати лонгвід «Михайло Грушевський: повернення» на сайті Українського інституту національної

пам'яті, який також присвячений видатному українському історику. Цей матеріал демонструє ефективність мультимедійного формату для популяризації історичних постатей, проте має дещо іншу структуру та акценти.

Зарубіжний досвід створення біографічних мультимедійних проєктів представлений роботами The New York Times, The Guardian, BBC. Класичним прикладом вважається лонгрід The New York Times «Snow Fall» (2012), присвячений трагедії в горах під час сходження лавини. Цей матеріал поєднував текст, фотографії, відео, 3D-анімацію та інтерактивну графіку, створюючи ефект занурення в події. «Snow Fall» отримав Пулітцерівську премію та став зразком для наслідування в цифровій журналістиці [28]. Варто зазначити, що такий рівень технічної складності вимагає значних ресурсів та команди спеціалістів.

Новизна циклу лонглідів про Яворницького полягає в комбінації декількох факторів. Тематична новизна визначається тим, що це перший мультимедійний проєкт, повністю присвячений діяльності вченого в доступному для широкої аудиторії форматі. Структурна новизна пов'язана з поділом матеріалу на дві автономні, але взаємопов'язані частини, кожна з яких може читатися окремо або як частина циклу. Це дозволяє аудиторії самостійно обирати порядок ознайомлення з контентом залежно від власних інтересів.

Методологічна новизна проявляється в поєднанні наукової достовірності з прийомами художньої літератури. Фактологічна база лонглідів формувалась на двох рівнях: по-перше, через опрацювання документальних джерел — наукових праць, архівних матеріалів, мемуарної літератури; по-друге, через безпосередню журналістську роботу з експертами. Для підготовки матеріалів було проведено інтерв'ю з двома істориками, які є співробітниками Дніпропетровського національного музею ім. Д.І. Яворницького, коментарі яких було інтегровано у тексті матеріалів. Кожен факт, наведений у лонгрідах, спирається на документальні джерела: наукові праці, архівні документи, мемуари сучасників Яворницького. Водночас виклад будується як драматична історія з конфліктом, розвитком подій, кульмінацією та розв'язкою. Було здійснено додаткову фактологічну перевірку шляхом звернення до Національного музею імені Д.І.

Яворницького. Такий підхід дозволяє утримувати увагу читача, не жертвуючи фактологічною точністю [1, с. 266].

Візуальна новизна визначається використанням авторської концепції, що відходить від типових шаблонних рішень і формує цілісну візуальну систему. Для повного занурення у матеріал, чіткого розуміння всієї історії та формування цілісної картинки у проєкті було використано архівні фотографії Дмитра Яворницького та інших постатей, про яких йдеться в тексті. У межах проєкту розроблено два авторські візуальні елементи: карту географії збору артефактів Яворницьким на території України та таблицю з ключовими епізодами з його життя. При створенні цих матеріалів витримувалась однакова кольорова палітра, шрифти та стилістичні рішення. Окремими блоками в тексті подано цитати, що підсилюють зміст і додають аналітичної глибини. Матеріал також містить значну кількість архівних фото, що допомагають розкрити контекст його діяльності.

Технічна та художня реалізація здійснювалась на базі інструментів Figma. Платформа використовувалась для створення візуальних елементів та була задіяна для розробки інтерактивних карт, обробки фотоматеріалів та створення мультимедійних елементів. Інтеграція цієї платформи дозволила гармонійно поєднати все в одну єдину цілісну композицію, без необхідності володіння складними професійними програмами для веб дизайну.

Технологічна доступність також становить елемент новизни. Більшість професійних мультимедійних лонгвідів створюються з використанням складних CMS-систем, веб-програмування, професійного дизайн-софту. Використання Figma як основного інструменту демонструє, що якісний мультимедійний контент можна створювати з мінімальним технічним бюджетом та без глибоких знань програмування. Це відкриває можливості для реплікації досвіду іншими регіональними музеями та культурними ініціативами.

Отже, проведений аналіз наукових досліджень та практичного досвіду створення мультимедійних лонгвідів дозволяє сформулювати теоретичне підґрунтя для розробки циклу матеріалів про Дмитра Яворницького. Поєднання наративного підходу, мультимедійних технологій та історичної достовірності

створює основу для ефективного інформаційного продукту, здатного популяризувати спадщину видатного українського вченого серед сучасної аудиторії.

РОЗДІЛ 2. ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, КАНАЛИ ПОШИРЕННЯ ТА РЕСУРСНІ ВИТРАТИ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЛОНГРІДІВ

Визначення цільової аудиторії мультимедійних лонгрідів про Дмитра Яворницького вимагає сегментації потенційних читачів за кількома параметрами: віком, освітою, професійними інтересами, мотивацією до споживання контенту. Первинну аудиторію становлять студенти гуманітарних спеціальностей, передусім історії, культурології, музеєзнавства, журналістики. Ця група характеризується високою мотивацією до пошуку якісних інформаційних джерел для навчальних та дослідницьких цілей. Студенти потребують матеріалів, які поєднують наукову достовірність з доступністю викладу [18].

Викладачі історії та суміжних дисциплін у школах та університетах утворюють окремий сегмент цільової аудиторії. Ця група шукає сучасні навчальні матеріали, які можна інтегрувати в освітній процес. Традиційні підручники часто не містять регіонального компонента або подають його схематично, без деталізації та персоналізації. Мультимедійні лонгріди дозволяють викладачеві урізноманітнити заняття, продемонструвати студентам приклад якісного цифрового контенту, ініціювати дискусії навколо історичних постатей та подій. Дослідники наголошують, що сучасна освіта потребує інтеграції цифрових медіа в навчальний процес [27, с. 1937].

Краєзнавці та аматорські дослідники історії Дніпропетровщини становлять третій сегмент аудиторії. Ці люди зазвичай мають глибокий інтерес до місцевої історії, збирають матеріали, відвідують музеї, беруть участь у краєзнавчих конференціях. Вони потребують фактологічно точних, добре документованих матеріалів, які розкривають маловідомі аспекти регіональної історії. Для цієї групи особливо цінними є посилання на архівні джерела та документальні свідчення [3, с. 21]

Музейні працівники та екскурсоводи використовуватимуть лонгріди як джерело інформації для підготовки екскурсій, лекцій, освітніх програм.

Національний музей історії України імені Д.І. Яворницького в Дніпрі регулярно проводить тематичні заходи, присвячені засновнику музею, та потребує свіжих матеріалів для їх наповнення. Лонгріди можуть стати основою для просвітницьких програм для різних вікових груп [12, с. 214].

Туристи, які планують відвідати Дніпро або вже перебувають у місті, шукають інформацію про культурні об'єкти та визначні місця. Сучасний культурний туризм базується на попередньому ознайомленні з локацією через інтернет. Потенційний відвідувач музею Яворницького, прочитавши лонгвід про археологічні експедиції вченого, отримує контекст для розуміння музейних експозицій, що робить візит більш осмисленим та цікавим. Якісний контент стимулює поширення інформації через особисті рекомендації аудиторії [6, с. 9].

Вікова структура цільової аудиторії охоплює переважно молодих людей віком від 18 до 35 років, які активно споживають цифровий контент та володіють навичками роботи з мультимедійними форматами. Проте лонгріди також доступні старшій аудиторії, яка цікавиться історією та культурою. Варто зазначити, що точних даних з цього питання недостатньо, дослідження медіаспоживання показують зростання частки людей старшого віку серед читачів якісного довгого контенту.

Географічна локалізація первинної аудиторії пов'язана з Дніпропетровською областю, проте потенційне охоплення значно ширше. Українці з інших регіонів, діаспора за кордоном, іноземці, які цікавляться українською історією та культурою, також можуть бути зацікавлені в матеріалах про Яворницького. Глобалізація інформаційного простору дозволяє локальному контенту знаходити аудиторію в різних куточках світу.

Мотивація до споживання контенту варіюється залежно від сегмента аудиторії. Студенти шукають навчальні матеріали, викладачі прагнуть урізноманітнити освітній процес, краєзнавці цікавляться поглибленням знань про регіон, туристи готуються до відвідування культурних об'єктів. Проте всі ці групи об'єднує потреба в якісному, достовірному, цікаво поданому контенті про українську історію та культуру. На основі порівняння можна зробити висновок,

що мультимедійний формат задовольняє потреби різних сегментів аудиторії краще, ніж традиційні академічні публікації або короткі новинні матеріали.

Психографічний портрет типового читача лонгвідів включає такі характеристики: допитливість, готовність витратити час на глибоке ознайомлення з темою, здатність до критичного мислення, інтерес до культурної спадщини. Ця аудиторія шукає деталі, контекст, зв'язки між подіями та явищами й вимагає фактологічної точності [1, с. 270].

Цифрова грамотність цільової аудиторії перебуває на достатньо високому рівні, що дозволяє використовувати різноманітні мультимедійні елементи без ризику відштовхнути читача складністю інтерфейсу. Більшість потенційних читачів звикли до інтерактивних карт, QR-кодів, вбудованого відео та аудіо, інфографіки. Проте важливо дотримуватися балансу між технологічними новаціями та юзабіліті, уникаючи надмірного ускладнення навігації [16].

Канали поширення інформаційного продукту

Основним каналом поширення мультимедійних лонгвідів про Яворницького стало локальне онлайн-медіа dnipro.media незалежне видання про Дніпро та Дніпровщину, що спеціалізується на висвітленні історії, культури та міського життя регіону. Платформа орієнтована саме на ту аудиторію, для якої створювалися лонгвіди: свідомих містян, які цікавляться минулим свого міста. Публікація на dnipro.media забезпечила матеріалам доступ до сформованої читацької аудиторії видання та можливість поширення через його соціальні мережі. Сайт медіа зможуть відвідувати люди, які вже виявляли раніше інтерес до історичної тематики, оскільки медіа вже раніше публікувало схожі історичні матеріали, що збільшує ймовірність якісного залучення аудиторії [12].

Додатково матеріали поширювалися через соціальні мережі видання Instagram, де dnipro.media публікує анонси своїх текстів для широкої аудиторії. Такий канал поширення відповідає медіаспоживчим звичкам цільової аудиторії: молодих містян, які отримують інформацію переважно через стрічки соціальних мереж.

Ресурсні витрати на створення інформаційного продукту

Аналіз ресурсних витрат на створення циклу мультимедійних лонгвідів включає оцінку часових, фінансових та людських ресурсів, необхідних для реалізації проєкту. Часові витрати складаються з декількох етапів роботи: підготовчого дослідження, написання текстів, добору візуального матеріалу, дизайну та верстки, редагування та коректури, технічної реалізації та публікації. Підготовче дослідження вимагає опрацювання наукової літератури про Яворницького, роботу з архівними матеріалами, вивчення музейних колекцій. На цей етап закладається приблизно 40 годин роботи [27].

Написання текстової частини двох лонгвідів загальним обсягом близько 3200 слів потребує приблизно 20 годин чистого письма плюс додаткові 15 годин на редагування, факт-чекінг, доопрацювання стилістики. Досвідчений автор може писати 300-500 слів якісного тексту на годину, проте історична тематика вимагає постійного звірення фактів, що уповільнює процес. Створення контенту для нових медіа передбачає особливу увагу до фактологічної точності та джерел [2].

Добір та підготовка візуального матеріалу включає пошук історичних фотографій у відкритих архівах та музейних колекціях, отримання дозволів на використання зображень, технічну обробку фото (ретушування, кадрування, колірну корекцію), створення авторської інфографіки. Для двох лонгвідів потрібно підготувати близько 30 фотографій та 2 інфографічних елементів, що вимагає приблизно 18 годин роботи [25, с. 30].

Реалізація візуальної складової здійснювалась із залученням Figma. У програмі виконувалась обробка фотоматеріалів, розробка інтерактивних карт та створення мультимедійних елементів над типографікою займає близько 15 годин. Верстка кожного окремого лонгвіду на основі розробленої системи вимагає приблизно 8 годин, що в сумі дає 16 годин для двох матеріалів. Ретельне планування дизайну є необхідною умовою візуальної цілісності проєкту [12, с. 218].

Технічна реалізація включає експорт готових матеріалів у потрібних форматах, створення адаптивних версій для різних пристроїв, генерацію QR-

кодів, підготовку файлів для друку. Цей етап відносно нетривалий, близько 10 годин на весь проєкт, але вимагає уваги до деталей та технічної грамотності. Технічна реалізація інтерактивних мультимедійних проєктів потребує обов'язкового тестування на різних пристроях [8, с. 95].

Загальні часові витрати становлять приблизно 134 години чистої роботи, що еквівалентно чотирьом повним робочим тижням однієї людини або двом тижням роботи невеликої команди з двох-трьох осіб. Варто зазначити, що ця оцінка не враховує часу на узгодження з партнерами, отримання дозволів, організаційну комунікацію, що може додати ще 20-30 годин. На практиці реалізація проєкту від початку дослідження до публікації займає близько двох місяців календарного часу при неповній зайнятості виконавців [19].

Фінансові витрати мінімізовані завдяки використанню безкоштовних або умовно-безкоштовних інструментів та ресурсів. Figma пропонує безкоштовний тариф з достатнім функціоналом для створення лонгрідів, хоча преміум-підписка за 12 доларів на місяць надає доступ до розширеної бібліотеки шаблонів та елементів дизайну. Для реалізації проєкту достатньо оформити підписку на два місяці, що становить близько 24 доларів або 1000 гривень за поточним курсом. Оптимізація ресурсних витрат є важливим елементом стратегії будь-якого проєкту [7]

Доступ до архівних фотографій та документів здебільшого безкоштовний, оскільки матеріали про Яворницького перебувають у відкритих колекціях музею та наукових архівів. Проте якщо виникне потреба в професійній фотозйомці музейних експонатів, варто закласти бюджет на оренду обладнання або послуги фотографа, що може становити 2000-3000 гривень. Альтернативно можна використовувати власний смартфон з якісною камерою, що обнулює цю статтю витрат [13].

Оплата праці авторів та дизайнерів залежить від моделі реалізації проєкту. Якщо лонгріди створюються в рамках студентської кваліфікаційної роботи або волонтерської ініціативи, фінансові витрати на оплату праці відсутні. Якщо проєкт замовляє музей або культурна інституція, гонорар автора за два лонгріди

може становити 10000-16000 гривень залежно від рівня професіоналізму та регіону. Дизайнер може отримувати 5000–8000 гривень за верстку двох матеріалів [20].

Витрати на промоцію та поширення контенту включають таргетовану рекламу в соціальних мережах, якщо проєкт передбачає активне залучення нової аудиторії. Рекламний бюджет у Instagram для досягнення охоплення 10000-15000 осіб цільової аудиторії становить приблизно 3000-5000 гривень на місяць промоції. Проте органічне поширення через музейні канали, партнерські медіа, освітні платформи може забезпечити достатнє охоплення без додаткових витрат на рекламу [6].

Друк брошур або постерів для офлайн поширення вимагає бюджету залежно від тиражу та якості друку. Наклад 100 брошур формату А4 на якісному папері коштує близько 2000 гривень, постери формату А3 у кількості 50 штук обійдуться в 1500 гривень. Ці витрати опціональні та можуть бути виключені, якщо фокус проєкту виключно цифровий. На основі порівняння можна зробити висновок, що цифрове поширення значно економічніше друкованого при ширшому потенційному охопленні [18, с. 203].

Людські ресурси для реалізації проєкту включають автора текстів, дизайнера-верстальника, редактора, наукового консультанта. У мінімальній конфігурації проєкт може бути реалізований однією особою, яка поєднує всі функції, що подовжує строки виконання, але знижує координаційні витрати. Оптимальна команда складається з двох осіб: автор-дослідник та дизайнер, які тісно співпрацюють на всіх етапах. Науковий консультант з числа музейних працівників або фахівців з історії може залучатися на волонтерських засадах для факт-чекінгу та експертної оцінки [20].

Технічні ресурси включають комп'ютер з доступом до інтернету, ліцензію на Figma (або безкоштовну версію), можливість роботи з графічними файлами. Більшість студентів та молодих професіоналів мають власні ноутбуки, що робить ці витрати нульовими. Додатково може знадобитися доступ до бібліотек для

роботи з науковою літературою, що зазвичай є безкоштовним для студентів та дослідників [11, с. 29].

Отже, мінімальний бюджет реалізації проєкту в рамках студентської роботи становить близько 1000-2000 гривень (підписка Figma та можливі дрібні витрати). Професійна реалізація проєкту на замовлення культурної інституції вимагає бюджету 20000-30000 гривень, включаючи оплату праці, промоцію та друк. Часові витрати становлять два місяці календарного часу при неповній зайнятості або один місяць інтенсивної роботи. Людські ресурси мінімізовані до однієї-двох осіб, що робить проєкт реалістичним для виконання невеликою командою або окремим ентузіастом.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЦИКЛУ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЛОНГРІДІВ ДЛЯ DNIPRO.MEDIA



Рисунок 1. QR-код з посиланням на матеріали.

Процес створення циклу мультимедійних лонгрідів про Дмитра Яворницького розпочинався з концептуалізації проєкту та визначення його меж. На цьому етапі формулювалася центральна ідея: представити постать Яворницького не як абстрактну історичну фігуру, а як живу людину, чия діяльність мала конкретні результати та вплив на культурне життя регіону. Кожен лонгрід мав розкривати окремий аспект діяльності вченого, що дозволяло уникати перевантаження одного матеріалу різноматематичною інформацією [18].

Дослідницький етап передбачав опрацювання широкого кола джерел: наукових монографій, статей у фахових виданнях, архівних документів, музейних каталогів, мемуарної літератури. Основою фактологічної бази стали праці самого Яворницького, зокрема тритомна "Історія запорізьких козаків", його археологічні звіти, листування з сучасниками. Додатково вивчалися дослідження сучасних істориків, присвячені життю та діяльності вченого, матеріали музейних конференцій, присвячених його спадщині. Робота з джерелами тривала близько трьох тижнів, протягом яких накопичувався

фактологічний матеріал, виокремлювалися найцікавіші епізоди, формувалося розуміння того, які аспекти біографії Яворницького найкраще ілюструють його внесок у культуру [1, с. 266]

Консультації та інтерв'ю з науковими співробітниками Національного музею історії України імені Д.І. Яворницького, що спеціалізувались на відповідній тематиці, що забезпечувало експертну підтримку проєкту. Їхні коментарі інтегровано безпосередньо у текст матеріалів, як авторитетні голоси. Музейні фахівці надавали доступ до архівних фотографій, уточнювали деталі біографії вченого, допомагали ідентифікувати експонати з музейної колекції, які могли бути використані як візуальний матеріал. Ці консультації тривали в онлайн форматі в режимі постійного електронного листування, що дозволяло оперативно отримувати відповіді на питання, які виникали під час роботи над текстами. Співпраця з музеєм виявилася взаємовигідною: музей отримував сучасний промоційний контент, а проєкт здобував інституційну підтримку та доступ до унікальних матеріалів [12, с. 221].

Написання текстів здійснювалося послідовно, від першого лонгріду до другого. Кожен матеріал будувався за схожою структурою: лід, що привертає увагу конкретною деталлю або яскравою сценою, основна частина з хронологічним викладом подій, переплетеним з тематичними блоками, завершення, що виводить читача на узагальнення та сучасний контекст. Особлива увага приділялася балансу між науковою точністю та доступністю викладу. Складні терміни пояснювались через контекст або простіші синоніми, абстрактні поняття ілюструвались конкретними прикладами з життя Яворницького. Наративний підхід дозволяв структурувати великі обсяги історичної інформації у форму, зручну для сприйняття [1, с. 268].

Факт-чекінг проводився на двох рівнях. Перший рівень передбачав самостійне звірення всіх фактів, дат, імен, цитат з первинними джерелами. Кожне твердження, яке містило конкретну інформацію (дата події, назва археологічної пам'ятки, кількість музейних експонатів), мало підтвердження в надійному джерелі. Другий рівень включав експертну перевірку текстів самим

музеєм, який виявляв можливі фактологічні неточності або спірні інтерпретації. Подвійна перевірка значно підвищує достовірність матеріалу та захищає від репутаційних ризиків. Перед публікацією всі матеріали були передані до Дніпровського національного історичного музею імені Д.І. Яворницького для фінальної фактологічної перевірки, що підтвердило коректність наведених фактів та інтерпретацій. [25, с. 28].

Добір візуального матеріалу супроводжував процес написання текстів. До кожного лонгріду підбиралися фотографії, які не просто ілюструють текст, а розширюють його, надають додаткову інформацію. Історичні фото Яворницького в різні періоди життя, знімки археологічних експедицій, зображення знахідок з музейної колекції, сучасні фото музейної будівлі склали візуальний наратив. Частина зображень була отримана з відкритих архівів, зокрема Wikimedia Commons, де зберігаються оцифровані історичні фотографії. Інші надав музей Яворницького з власних фондів. Усі зображення проходили технічну обробку для забезпечення візуальної однорідності [13, с. 27].

Створення інфографіки додавало матеріалам інтерактивності та візуальної привабливості. Для кожного лонгріду розроблялися унікальні графічні елементи: хронологічна шкала життя Яворницького, мапа археологічних експедицій, візуалізація структури наукових праць вченого. Інфографіка створювалася з використанням вбудованих інструментів Figma, що дозволяло підтримувати єдиний візуальний стиль проєкту. Інтерактивні візуальні елементи значно підвищують залученість аудиторії та полегшують засвоєння складної інформації [16]

Дизайн та верстка в Figma будувалася на безпосередньому опрацюванні візуальних елементів різного ілюстративного матеріалу. У процесі візуального оформлення особлива увага приділялась колористиці та типографіці. Обиралася кольорова палітра для тексту та фону для нього (для фону відтінок #f9a825, а для текстового супроводу — колір #4b4d58). Для текстових елементів використовувався шрифт Finlandica. Шаблон тестувався на різних пристроях (комп'ютер, планшет, смартфон) для перевірки адаптивності та зручності

читання. Єдиний візуальний стиль створює впізнаваність проєкту та полегшує навігацію між матеріалами.

Верстка кожного лонгріду передбачала ретельне балансування текстових та візуальних елементів. Текст розбивався на блоки по 2-3 абзаци, між якими вставлялися фотографії, інфографіка, цитати. Така структура запобігає виникненню монотонних текстових масивів, які втомлюють читача. Особлива увага приділялася ритму подання інформації: після складного аналітичного блоку йшов яскравий візуальний елемент або жива історична деталь, що дозволяло читачеві "видихнути" перед наступною порцією інформації. Чергування напруги та розслаблення є базовим принципом побудови цифрового наративу [8]

Технічна реалізація включала експорт готових лонгрідів у різних форматах залежно від каналів поширення. Для веб-публікації на сайті dnipro.media матеріали експортувалися як HTML з вбудованими зображеннями та інтерактивними елементами. Для соціальних мереж створювалися адаптовані версії: карусель зображень для Instagram, довгий пост з посиланням для Facebook. PDF-версія готувалася для можливого друку або збереження користувачами на власних пристроях. Кожна версія тестувалася на коректність відображення та функціональність посилань [8, с. 96].

Генерація QR-кодів для швидкого доступу до лонгрідів здійснювалася з використанням безкоштовних онлайн-сервісів. Кожен QR-код вів на окремий лонгрід, що дозволяло використовувати їх у музейній експозиції, друкованих матеріалах, промоційній продукції. Коди тестувалися на читабельність різними типами смартфонів та додатками для сканування. Варто зазначити, що точних даних з цього питання недостатньо, однак практика показує високу ефективність QR-кодів для з'єднання офлайн та онлайн досвіду [16].

Завершальним етапом роботи над циклом лонгрідів стала їх публікація на локальному онлайн-медіа dnipro.media. Вибір саме цього майданчика зумовлений редакційною спрямованістю видання: dnipro.media спеціалізується на висвітленні історії, культури та міського простору Дніпра і орієнтоване на

аудиторію, зацікавлену минулим регіону. Це забезпечило природну відповідність між змістом матеріалів та інтересами читачів платформи. Подальша публікація на Instagram сторінці медіа дозволило охопити ширше коло користувачів, які не є постійними читачами сайту.

Перший лонгрід «Поль, Яворницький та 250 тисяч експонатів: як створювався національний історичний музей у Дніпрі» вийшов першим, оскільки музейна тематика безпосередньо пов'язана з культурним профілем видання. Другий лонгрід «Як Дмитро Яворницький проніс козацьку спадщину крізь чотири режими» опублікований після нього, що дозволило читачам ознайомитися з матеріалами послідовно. Перший матеріал був також поширений через соціальні мережі dnipro.media в Instagram.

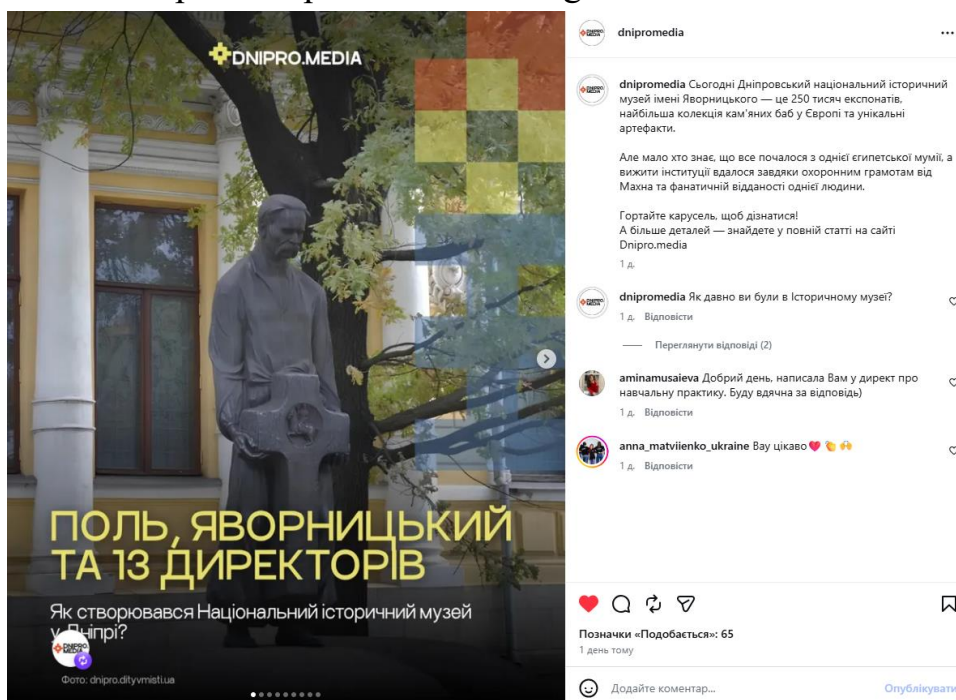


Рисунок 2. Публікація матеріалу в Instagram dnipro.media.

Публікація на реальному медійному майданчику підтвердила практичну цінність розробленої моделі: лонгриди про Яворницького з'явилися у форматі, звичному для цифрового читача, та отримали доступ до сформованої аудиторії видання. Відпрацьована методологія може бути застосована іншими регіональними медіа для створення подібних матеріалів про визначні постаті місцевої культури та історії.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ «ЦИКЛ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЛОНГРІДІВ»

Матеріал 1 «Поль, Яворницький та 250 тисяч експонатів: як створювався національний історичний музей у Дніпрі»

Сьогодні Дніпровський національний історичний музей імені Д. І. Яворницького — один із найбільших і найстаріших музеїв України. У його фондах зберігається понад 250 тисяч експонатів, зокрема одна з найбільших у Східній Європі колекцій половецьких кам'яних баб, а також козацька та єгипетська колекції з артефактами тисячолітньої давнини.



Рисунок 3. Фото: Дніпропетровський національний історичний музей.

Але між тим, чим Дніпровський національний історичний музей імені Д. І. Яворницького є сьогодні, і тим, з чого все починалося, минуло понад 160 років, кілька воєн, чотири режими влади та одна людина, яка стала невід'ємною частиною історії музею. Детальніше — у матеріалі [Dnipro.media](#).

Від шафи у гімназії до повноцінного музею

У 1849 року губернатор Катеринославу Андрій Фабр і директор гімназії Яків Грахов заснували «Общественный музеум Екатеринославской губернии». Там зберігалась колекція Олександра Поля, яка складалась зі зразків зброї, античної

та єгипетської старожитності, а також монети кількох європейських країн. Такий набір на той час був цілком типовим — схожі зібрання існували в Керчі, Феодосії та Одесі. Після від'їзду губернатора до Криму музей узяла до себе гімназія, де зберігала у себе у вигляді кількох шаф із предметами.



Рисунок 4. Фото: Дніпровські міські публічні бібліотеки (Андрій Фабр).

Інституційна історія почалась у 1902 році. Коли Катеринославське губернське земство заснувало нову установу під назвою «Обласний музей імені Поля» (нині — Дніпровський національний історичний музей імені Д.І. Яворницького). Тоді вони запросили на посаду директора Дмитра Яворницького. Це була цілком нова інституція, яку вчений створював фактично з нуля.

Окрім особистих знахідок Яворницького, до музею ще надходила колекція Олександра Поля. У 1912 році вдова Ольга Поль передала 40% колекції від первісного зібрання свого чоловіка. Доля іншої частини зібрання достеменно невідома.



Рисунок 5. Фото: Вісті Придніпров'я (Олександр Польш).

«Замість базової концепції «обласного музею», тобто краєзнавчого музею широкого профілю, Яворницький сформулював та реалізував концепцію саме музею української старовини, з акцентом на колекції запорозьких старожитностей та колекції культових пам'яток. В умовах тогочасної підросійської України його музей став унікальним феноменом» — історик Максим Кавун.

Яворницького запросили до музею як найманого працівника. Але вже за перше десятиліття він змінив наукову концепцію музею в бік національ-культурного.

Як збиралась колекція

Ще до директорства він об'їхав Катеринославську, Полтавську, Чернігівську, Херсонську та Новоросійську губернії — скрізь, де могли б зберігатись сліди козацької культури. Він розкопував кургани, домовлявся з поміщиками, переконував селян. Частину предметів міг купувати за власні кошти.

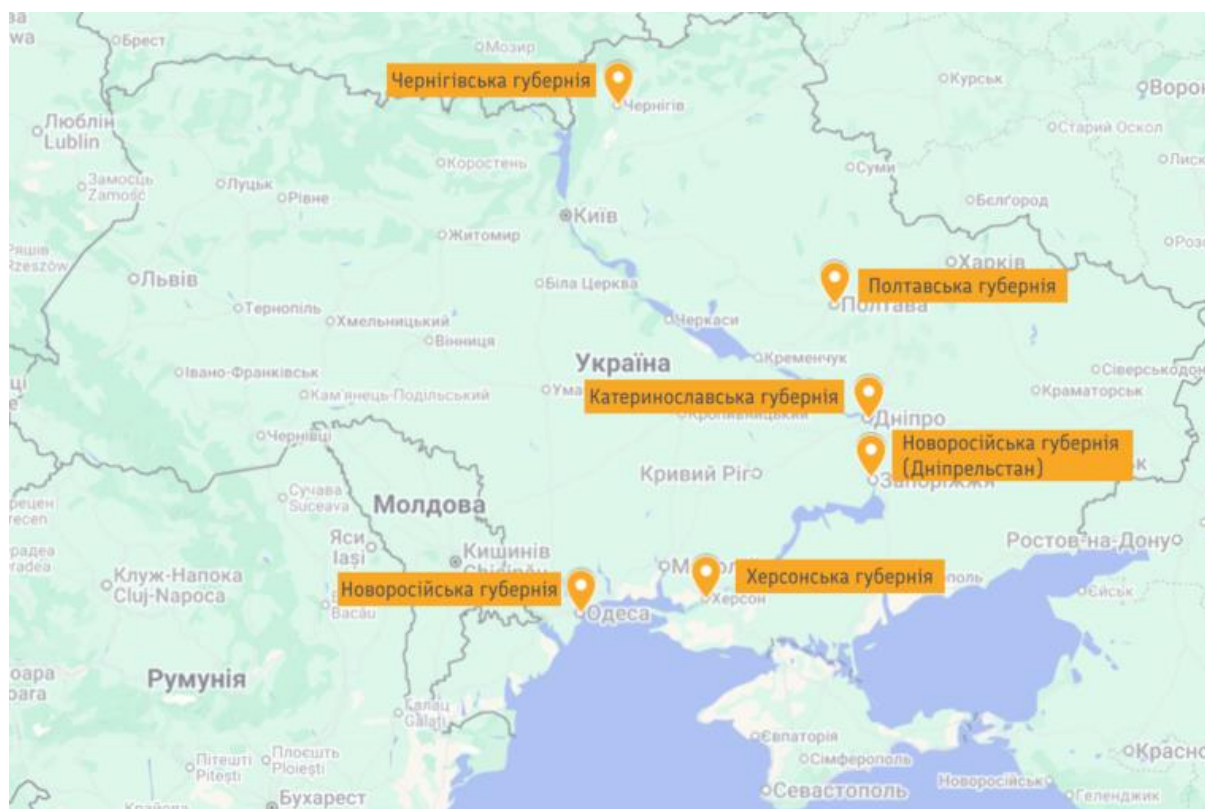


Рисунок 6. Фото: Dnipro.media (авторська розробка).

Як результат — 1905-1917 роках до музею надійшло понад 2136 козацьких пам'яток. Лише за дванадцять років і переважно завдяки зусиллям Яворницького.

«Яворницький був аскетом в особистому домашньому житті. Більша частина грошей йшла на купівлю предметів для колекцій. «Синдром колекціонера» активно впливав на все життя ученого. Він фактично не розділяв власні зібрання і музей — пожертвував туди основні свої колекції, зокрема запорізькі старожитності, а надалі добував предмети для музею з тією самою колекціонерською завзятістю» — історик Максим Кавун.



Рисунок 7. Фото: Центральний державний архів-музей літератури і мистецтва України. Дмитро (праворуч на фото) на археологічних розкопках біля Дніпрогесу, нині — Запоріжжя.

У 1910 році він навіть поїхав до Єгипту — і привіз до музею частину єгипетської колекції. Конкретний перелік цих предметів не зберігся: музейна документація 1941 року загинула під час евакуації. А наразі єгипетська колекція Яворницького налічує кілька дрібних амулетів.



Рисунок 8. Фото: yavor.dp.ua.

Колекція кам'яних скульптур росла інакше — через експедиції та угоди. Сьогодні в музеї зберігається понад 100 антропоморфних стел різних епох: від стел III–II тисячоліть до нашої ери до 70 половецьких баб XII–XIII століть. Це найбільша така колекція у Східній Європі.

Масштабне поповнення музею відбулось за часів радянського союзу. Коли Яворницький очолював Дніпробудівську археологічну експедицію. Першу в СРСР експедицію такого типу, створену для дослідження пам'ятки територій перед великим будівництвом. Йшлося про землі Дніпровського Надпоріжжя, які мали затопити після запуску Дніпрогесу. Бо саме там були землі Запорізької Січі і Яворницький розумів, що пам'ятки можуть зникнути назавжди. Під час тієї експедиції вдалось зібрати десятки тисяч артефактів, які поповнили музейний фонд. Про результати цих розкопок Дмитро Іванович пізніше написав у журналі «Нові шляхи» у 1930 році.

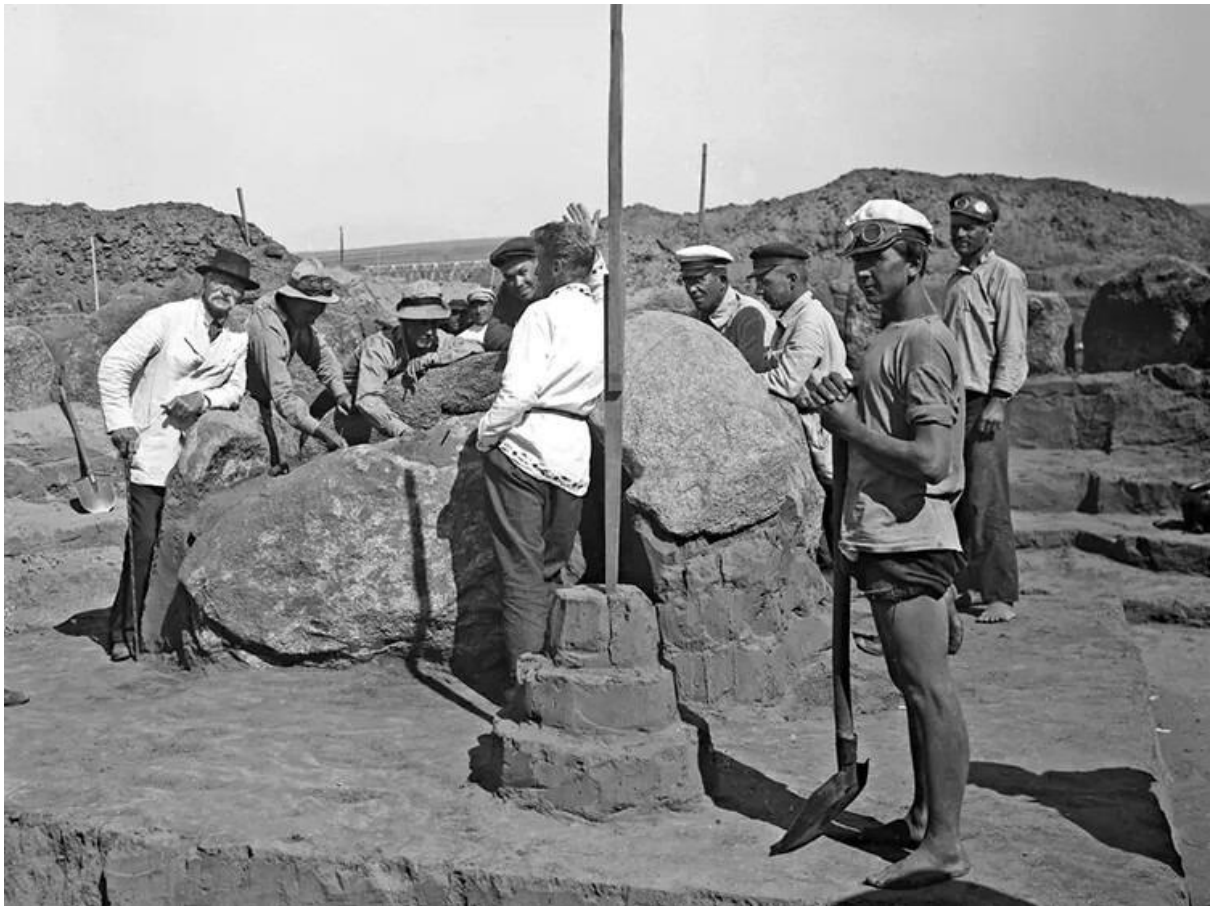


Рисунок 9. Фото: ZPRZ.CITY.

Коли музей міг зникнути

Перший момент: 1919 рік. Катеринослав захопили махновці, місто грабували та мародерили. Коли стріляли на вулицях, Яворницький приходив до музею щодня, аби зберегти музейні експозиції. Тоді вчений домігся особистої зустрічі з

«батьком» (Нестором Махно). Яворницький тоді отримав охоронну записку на майно музею від нього. Потім отримав ще одну — на дрова. Махно пожертвував музею десять тисяч карбованців і забезпечив дровами на весь опалювальний сезон. Побутує легенда, що Дмитро Іванович купив ці охоронні грамоти за пляшку горілки з кургану, але ці історія спростована істориками. Охоронні записки зберігаються і донині у музеї ім. Яворницького.

У книзі відвідувачів музею донині зберігається автограф Нестора Махна, а також Денікіна, Шкуро та Миколи П. Тодішні радянські чиновники обурювались, чому всі вони в одній книзі, але Дмитро Іванович вважав це питання не вартим уваги.

«Чого в Яворницького не відняти, так це вміння знаходити спільну мову з людьми. Тож у багатьох аспектах збереження музею в часи Визвольних змагань — це дійсно заслуга Дмитра Івановича» — історик Антон Кістол.

Другий момент: 1933 року в обласній газеті «Зоря» виходить стаття-донос під назвою «Кубло націоналістичної контрреволюційної пропаганди». У ній йдеться про звинувачення на вченого Яворницького та його музей, у тому що буцімто серед музейних експонатів є козацькі та релігійні. Окрім цього критикам не сподобалось, що всередині залів у музеї висіли портрети дворян та духовенства і був цілий зал присвячений церкві, а радянської експозиції — жодної. Як наслідок — звільнення Яворницького та обшуки у нього вдома.

За чотири роки після цього в музеї змінилося 13 директорів. У 1934 році там не залишилося жодного наукового співробітника. Експозицію розгромили — прибрали зал, присвячений церкві, зняли портрети дворян та духовенства. Те, що Яворницький будував десятиліттями намагались переробити та переформатувати, нові директори ламали і переробляли. Кожен із тринадцяти директорів мав власне уявлення про те, яким має бути музей революції. У середньому кожен з них тримався три місяці на посаді.

Третій момент: Яворницький помер 5 серпня 1940 року, якраз за рік до того, як розпочалася найбільша загроза для музею в його історії.

Коли у місто зайшли німецькі війська, будівлю музею зайняв штадкомісар Рудольф Клостерман. Фонди музею перенесли у напівзруйнований будинок Художнього музею на вулиці Шевченка. Там вони лежали просто неба, без належних умов. Згодом вдалось евакуювати колекцію двом технічним працівникам власними руками — Миколі Білому та Петру Дузю. Тоді 11 ящиків вирушили до Казахстану. З них три зникли безслідно, а два були розкриті на складах НКВС. За оцінками Енциклопедії сучасної України, загальні втрати склали близько 60 000 предметів.



Рисунок 10. Фото: Блог Артема Костюка. Дніпро у 1941 році.

Унікальні предмети, що зберігає музей

Після деокупації міста музей слугував радянською установою з унікальними фондами. Тоді відновлення зайняло десятиліття. У період з 1968-1977 роках провели масштабну реконструкцію музейного комплексу. Там з'явилися нові інтер'єри, нова постійна експозиція та діорама «Битва за Дніпро». У 1979 році цей проєкт отримав Шевченківську державну премію.

У 1961 році Дніпровська міська рада та Виконавчий комітет Дніпровської міської ради ухвалили рішення: прах Яворницького перенести з міського кладовища і перепоховати біля стін музею. Згодом музей отримав його ім'я, а потім і національний статус.



Рисунок 11. Фото: Wikipedia.

Сьогодні музей зберігає понад 250 тисяч експонатів. Козацька колекція, кам'яні статуї, археологічні знахідки різних періодів тощо.

Одна із цікавих експозицій — Керносівський ідол. Антропоморфна стела з пісковика, 120 сантиметрів у висоту, 238,5 кілограмів ваги, друга половина III тисячоліття до нашої ери. На ній зображено «дерево життя», сцени полювання, коней, дерева та навіть еротичні сцени. Знайшли його у 1973 році школярі з села Керносівка і здали до музею. 30 грудня 2025 року ідол внесений до Державного реєстру національного культурного надбання України.



Рисунок 12. Фото: Дніпро Регіон.

Також є експонати у музеї, які потрапили до музею не через Яворницького, а через його попередників і які він зберіг. Наприклад, статуя фараона Рамзеса VI, XIII століття до нашої ери. Це третя у світі відома ціла статуя Рамзеса VI — дві інші зберігаються в Каїрі. Як вона опинилася в Наддніпрянщині досі невідомо. Побутує думка, що до музею надійшла у складі колекції Олександра Поля.



Рисунок 13. Фото: Дніпропетровський національний історичний музей.

Матеріал 2 «Як Дмитро Яворницький проніс козацьку спадщину крізь чотири режими»

Він прожив 85 років та пройшов через царську цензуру, революційний хаос і сталінські чистки. Більшість його колег-істориків не пережили 1937-го. Він помер у власному ліжку. Дмитро Яворницький — одна з найбільш відомих постатей в українській історії. Про нього написані монографії, знято фільми, його ім'ям названо проспект і музей у Дніпрі.

Але популярний образ «козацького батька» і «невтомного борця з режимами» не виник з пустого місця. Значною мірою він був сформований у 1960-х роках. Про канонічні події, які сприяли цьому — детальніше читайте у матеріалі Dnipro.media.



Рисунок 14. Фото: Відомі.

«Ваші запорожці нам не потрібні»

Одна з ключових сцен біографії Яворницького сталась наприкінці XIX століття на початку діяльності історика. Дмитро Іванович запропонував видати літературний збірник українською мовою. На що тодішній попечитель Харківського навчального округу генерал-лейтенант Михайло Максимовський сказав: *«Ваші запорожці нам не потрібні. Пишіть про Фінляндію»*.

Таку різку відмову він отримав через дійсний Емський указ. Тоді Яворницький відмовився змінити тему, втратив стипендію і був відрахований з університету

за «українофільство». Ця сцена мандрує з тексту в текст як доказ його незламності.



Рисунок 15. Фото: East Reporter.

Але історик Антон Кістол ставить цю історію під сумнів. Проблема в тому, що єдине джерело цієї розмови це стаття друга Яворницького — Василя Строменка, опублікована в катеринославській газеті «Зоря» у 1913 році. Документального підтвердження цьому епізоду нема.

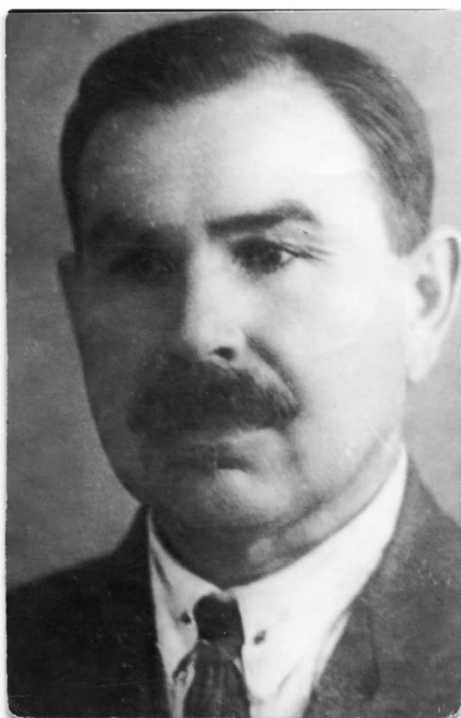


Рисунок 16. Фото: Wikipedia (Василь Строменко).

Співробітник науково-просвітницького відділу у Дніпровському національному історичному музеї ім. Д.І. Яворницького Антон Кістол, припускає, що Яворницький міг не скласти магістерські іспити, які на той час були дуже складними.

Що точно відомо: восени 1884 року Яворницького відрахували з університету. Під формальним приводом, що видача літературного збірника українською мовою у тих умовах було під забороною та визначено як «сепаратизм». Але чи було це наслідком відмови писати дисертацію про Фінляндію, чи просто збіг — достеменно встановити неможливо, адже архів Харківського університету за 1884–1885 роки майже не зберігся.

Завідувач Меморіального будинку-музею Д.І. Яворницького, кандидат історичних наук Максим Кавун дивиться на цей епізод інакше і стверджує, що Дмитро Яворницький проніс через усе життя відчуття стрижневої культурної місії — хранителя та дослідника історико-культурної спадщини. Важливу роль тут зіграв і його психотип: дослідник та колекціонер, який комунікував з представниками різних ідеологій та політичних кіл, але водночас дивом тримав дистанцію від реальної політики.

Епізод у Туркестані

Другою такою подією у житті Дмитра Івановича сталась у 1891 рік, коли тодішній міністр народної освіти Іван Делянов видає «категоричну заборону» Яворницькому викладати по всій імперії через «українофільство». Але деякі впливові друзі історика допомогли організувати Яворницькому «рятівне відрядження» до Середньої Азії. Фактично тоді історик поїхав у заслання, але після такого повороту подій, кар'єра Яворницького пішла вгору.



Рисунок 17. Фото: Wikipedia (Іван Делянов).

Насправді ще у 1890 році Яворницький звернувся до свого земляка Семена Сукачова, голови обласного суду в Ташкенті, з проханням влаштувати його на державну службу

Водночас у 1891 році, тобто саме тоді, коли Іван Делянов «категорично заборонив» йому викладати — Яворницький паралельно просив полтавського знайомого допомогти влаштуватися викладачем до Полтавського інституту шляхетних дівчат (куди його зрештою не взяли). Але їхати на три роки в середньоазійську пустелю він, м'яко кажучи, не бажав. До Полтавського інституту не взяли, тож поїхав до Ташкента.



Рисунок 18. Фото: Uzbloknot.

У травні 1892 року Яворницький отримує призначення молодшого чиновника з особливих доручень при Туркестанському генерал-губернаторі. Умови були цілком достойними: утримання — 800 рублів на рік, а чин колезького асесора давав право на спадкове дворянство. Служба там тривала менше двох із половиною років, тобто повного трирічного терміну він не відбув. За цей час Яворницький встиг написати «Путеводитель по Средней Азии от Баку до Ташкента».

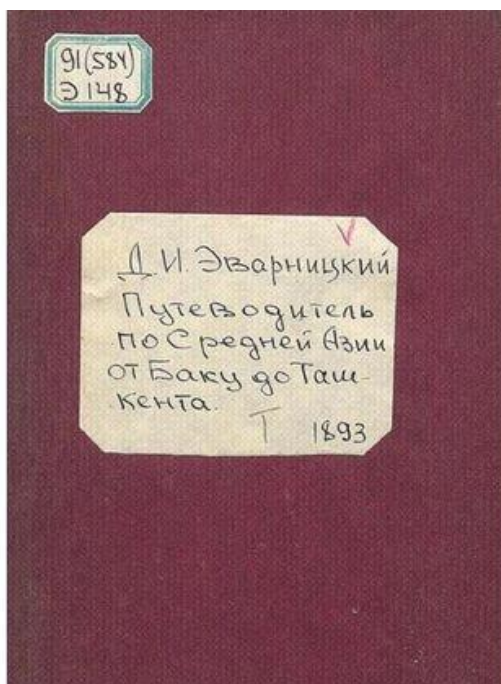


Рисунок 19. Фото: Kazneb.

Та встиг вступити у публічну дискусію з відомими тюркологом Арміном Вамбері на сторінках «Правительственный вестник». Цією суперечкою зміг привернути увагу закордонних газет: зокрема, французьких та британських.



Рисунок 20. Фото: Wikipedia (Армін Вамбері).

«Чи можна сказати, що він ішов на поступки владі, коли ставав до служби в колоніальній адміністрації в Туркестані й отримував за це державні нагороди?»

Навряд чи. Адже це аж ніяк не суперечило його етнографічному локальному патріотизму» — історик Антон Кістол.

Максим Кавун розглядає туркестанський епізод у ширшому контексті: *«Яворницький виявився «великим комунікатором». Але він робив це заради просування своєї козацької місії як частини «українського культурного проекту».*

Туркестан виявився більше можливістю, ніж засланням. Там він дебютував як сходознавець, зав'язав корисні зв'язки і повернувся з репутацією, яка відчинила двері до подальшої кар'єри.

Редактор октябристів: як «козацький батько» опинився у правій газеті

Ще одна подія відбулась у Катеринославі 1906 року, коли місто ще не оговталось після революції 1905-го. У той час українські партії вперше представлені в Державній думі і вимагають автономії та офіційного статусу для української мови.

Водночас Яворницький, уже відомий історик і директор музею у Катеринославі, раптом опиняється редактором газети «Русское слово» — друкованого органу катеринославського відділення «Союзу 17 жовтня», російської політичної партії, що виступала проти автономії регіонів.



Рисунок 21. Фото: Музей «Пам'ять єврейського народу та Голокост в Україні» (Катеринослав 1905).



Рисунок 22. Фото: Музей «Пам'ять єврейського народу та Голокост в Україні» (Катеринослав 1905).

Дмитро Іванович, будучи редактором, випустив у світ статтю під назвою «Суд і кари у запоріжців». На що отримав різку реакцію київської преси. У газеті «Рада» вийшов фейлетон під псевдонімом П2, автором якого, на думку історика Кістола, був Борис Грінченко. В якому Яворницького назвали «галушковим патріотом» і «рenegатом».

Насправді ж, реальна участь Яворницького в газеті виявилася мінімальною. У першому номері вийшла його стаття, яка була суто історичною. Невдовзі його ім'я зникло зі шпальт. Найімовірніша версія чому Дмитро Іванович погодився бути редактором: його попросив Михайло Родзянко, голова Держдуми, один із лідерів октябристів і давній друг Яворницького. Постать відомого історика надавала газеті іміджу й приваблювала читачів.



Рисунок 23. Фото: Encyclopedia of Ukraine.

«Дмитро Яворницький до кінця життя залишався цілком аполітичним — принаймні публічно він не висловлював своїх поглядів» — історик Антон Кістол.



Рисунок 24. Фото: Wikipedia (Михайло Родзянко).

«Яворницький був аскетом в особистому житті — більша частина грошей йшла на купівлю предметів для колекції. Він фактично не розділяв власне зібрання і музей. Коли треба було домовлятися із владою, щоб зберегти своє — він домовлявся. Але ніколи не міняв суті: ані партійним членом не ставав, ані пропагандистських текстів не писав» — історик Максим Кавун.

Газета октябристів це якраз таки один із проявів цієї лояльності. За припущенням Антона Кістола — Дмитро Іванович швидко залишив посаду саме через публічну критику у газеті від Бориса Грінченка. Адже Яворницький болісно переносив будь яку критику у його адресу.

Чотири режими, але одна людина

До 1940 року Яворницький пережив чотири зовсім різні системи влади. Він пережив Російську імперію, Центральну Раду, Гетьманат, Директорію, більшовицький переворот, Голодомор і Великий терор. В кожному з періодів він залишався собою, але проявлявся по-різному.

1. Царська росія. При царизмі він писав тоді переважно російською, бо інакше не публікували. Служив та отримувал нагороди, при цьому зберігав у музеї

портрети дворян і зал, який був присвячений церкві. Писав про козацьку Україну. Перший том «Запорожья в остатках старины» у 1888 році мало не знищила цензура, але книгу врятував Володимир Юзефович, син одного з ініціаторів Емського указу. Парадокс: від цензури його захистив спадкоємець людини, яка цю цензуру запроваджувала.

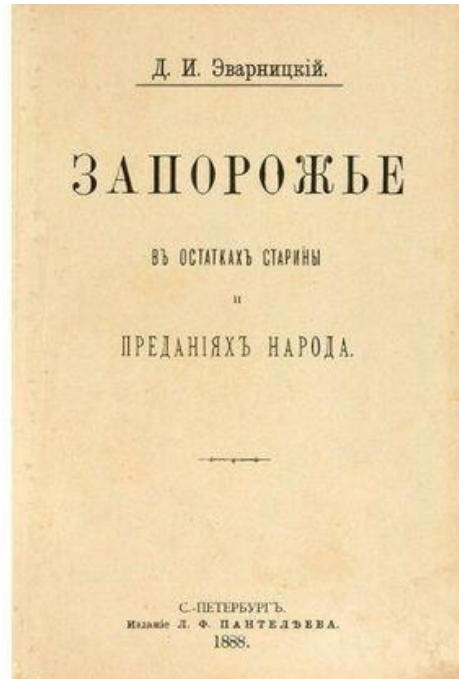


Рисунок 25. Фото: Дніпро Культура.

2. Революція і громадянська війна. Місто охопило швидкі історичні події, Катеринослав грабували та мародерили. Тоді Явоницький домігся зустрічі із Нестором Махном і отримав від нього охоронну записку для музейного майна. Згодом Махно видав ще одну — на дрова, а також передав музею десять тисяч карбованців. Сама ситуація показує, який авторитет мав Яворницький навіть серед анархістів. Ті самі охоронні записки зберігаються в музеї Яворницького й сьогодні.

«Яворницький володів унікальною харизмою, що дозволяла йому знаходити прихильників серед прибічників діаметрально протилежних політичних таборів — від російських націоналістів до українських народників, від махновців до більшовиків» — історик Антон Кістол.

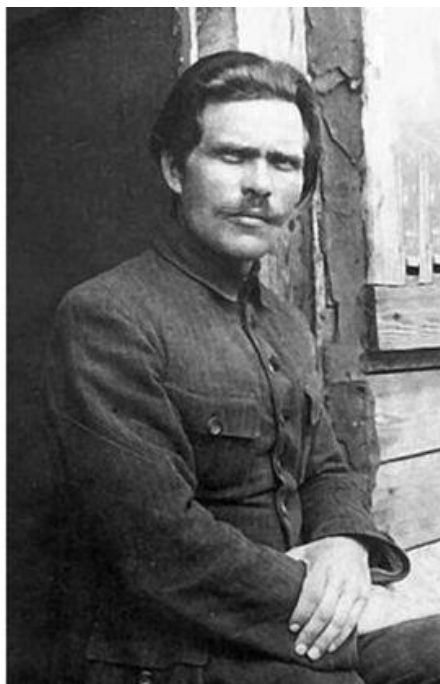


Рисунок 26. Фото: Wikipedia (Нестор Махно).

3. Радянська влада. При більшовиках у 1929 році стався парадокс, адже тоді він досяг найвищого офіційного визнання. А саме став академіком ВУАН, згодом став доктором суспільних наук (1938). Але до компартії не вступив та не написав жодної праці, що прославляла б більшовицьку революцію. У ті роки переважно займався археологією, бо дослідження давніх пам'яток тяжко було підлаштувати під політичні вимоги того часу.

«Він був зручним — як і будь-який етнограф для будь-якої влади. Адже етнографи та фольклористи завжди ближчі до народу, ніж до політичних трибун, а отже, не становлять для неї безпосередньої загрози» — історик Антон Кістол.



Рисунок 27. Фото: ZPRZ.CITY.

«Яворницький в ті часи притримав власні амбіції й правильно тримав дистанцію, не претендуючи на керівну роль в офіційній тогочасній «мейнстримній» науці» — історик Максим Кавун.

4. 1933 рік. На думку історика Кістола, того часу Яворницькому вдалось уникнути репресій позаяк він публічно не демонстрував політичних поглядів і не вступав в ідеологічні конфлікти. Але у серпні 1933 року виходить стаття у газеті «Зоря» під назвою «Кубло націоналістичної контрреволюційної пропаганди». У цьому матеріалі археолога Яворницького фактично звинуватили у «неправильному» погляді на історію. На думку радянських критиків, музей мав більше говорити про класову боротьбу та революцію, а не про Запорізьку Січ та козаків. Після доносу Яворницького звільнили.

Підсумовуючи, різні етапи життя Яворницького можна вивести у таблицю:

ЧОТИРИ РЕЖИМИ, АЛЕ ОДНА КУЛЬТУРНА МІСІЯ.

Режим	Що робив (Компроміси та визнання)	Чого не робив (Внутрішні червоні лінії)
Царська Росія	Отримувал імперські нагороди та писав російською мовою, щоб обійти сувору цензуру.	Попри дію Емського указу, продовжував досліджувати та захищати українську старовину.
Революція і війна	У розпал мародерства виборів особисті охоронні грамоти та кошти від Нестора Махна.	Не допустив закриття чи пограбування музею в часи тотального кривавого хаосу.
Радянська влада	Отримав статус академіка ВУАН та пішов у «тиху» археологію, щоб уникнути політики.	Принципово не вступив до компартії й не написав жодної праці на славу більшовизму.
1933–1940	Пережив репресії, після доносів, обшуків та в злиднях Голодомору продовжував наукову роботу до останніх днів.	Не піддався радянській ідеології, не змінив концепцію музею та не створював «замовних» текстів.



Рисунок 28. Фото: Dnipro.media (авторська розробка).

1933: базар і порожній рахунок

Після звільнення в Яворницького проводились обшуки вдома. Він був чотири місяці без академічного утримання до з'ясування обставин. Історику на той момент було 78 років, на території України йшов Голодомор.

У листі до Миколи Залізняка від 25 січня 1934 року писав про ті часи відверто: *«Всі ті часи були дуже важкими для мене і для всіх членів моєї сім'ї. Доводилось нести на Озерку різні речі та з того й жити. Тепер стало мені набагато легше, але все ж повного душевного спокою я не знаю».*



Рисунок 29. Фото: Відомі (Ринок Озерний 1936 рік).

Після звільнення історика Яворницького — у музеї за чотири роки змінилося 13 директорів. У 1934-му там не залишилось жодного науковця. Було проведено погром експозиції.

У 1937 році до НКВС потрапив шкільний учитель Павло Нестерець. На допиті він свідчив: Яворницький є організатором підпільного «українського націоналістичного фашистського підпілля» і через Рєпіна передає інформацію за кордон. Нібито Яворницький переслав дочці Рєпіна у Фінляндію матеріали про становище в Україні, які потім розходилися по іноземній пресі.



Рисунок 30. Фото: Суспільне Новини (Ілля Рєпин).

Тоді Яворницького не заарештували, а Нестерця — розстріляли. Від арешту Яворницького, за свідченнями дружини Серафими в листах до історика Полонської-Василенко, врятувало заступництво Володимира Затонського — одного з найвищих партійних чиновників УРСР.



Рисунок 31. Фото: Міський сайт Дніпра (Серафима Буракова).

«Перша причина: звання академіка, надане 1929 року та правильна дистанція від політики й не бажання займати керівні ролі врятували Яворницького від трагічного кінця» — історик Максим Кавун пояснює заступництво через два чинника.

Врешті-решт Яворницького у 1933 р. оголосили «українським буржуазним націоналістом» та звільнили з власного музею, який він створив та очолював 31 рік. Останні роки академік жив у скруті, з певним обмеженням активності.

Чому тоді Затонський заступився — невідомо. Можливо, саме те, що Яворницький ніколи публічно не висловлював політичних поглядів, залишало його «зручним». Не небезпечним, але авторитетним. Він не вступав до партій ні до ліворадикальних українських у 1905-му, ні до більшовицьких у 1920-х. Не писав маніфестів. Не підписував відкритих листів. Його остання велика праця це «Дніпрові пороги» 1929 року, яка є цілком аполітичною етнографічною книжкою.

Людина складної епохи

Дмитро Яворницький помер 5 серпня 1940 року у власному будинку. Уже через рік після його смерті, музей, який він очолював пережив важкі випробування під час окупації. Будівлю зайняла німецька адміністрація, а музейні фонди перевезли до напівзруйнованого приміщення, де частина експонатів почала псуватись через несприятливі умови. Двоє працівників музею намагались врятувати колекцію, яку Яворницький та його колеги зберігали десятиліттями. І врешті-решт це вдалось зробити.

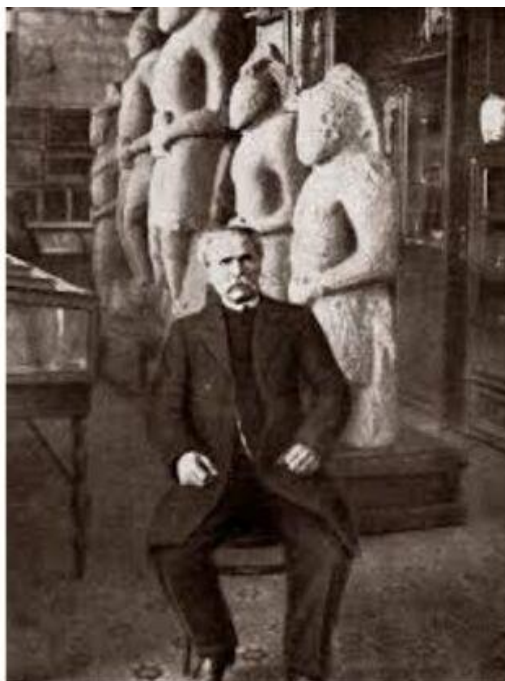


Рисунок 32. Фото: Дніпро Культура.

У 1961 році прах Яворницького перенесли з міського кладовища і перепоховали біля стін музею, саме в тому місці, де раніше він сам колись показував гостям охоронну грамоту від Махна і автографи царів.



Рисунок 33. Фото: Wikipedia.

«Яворницький — це ідеальний позачасовий зберігач нашої історії та її ретранслятор у майбутні покоління» — історик Максим Кавун.

Яворницький прожив 85 років, встиг написати тритомну «Історію запорозьких козаків», зібрати колекцію, яка стала основою одного з найбільших історичних музеїв України, і передати наступному поколінню розуміння того, що козацька культура існувала не лише на сторінках книги з історії, а що це задокументована реальність.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота присвячена розробці та реалізації циклу мультимедійних лонгвідів про Дмитра Яворницького видатного українського історика, археолога та засновника Національного музею у Дніпрі. Проведене дослідження дозволяє сформулювати такі висновки.

1. Творчий проєкт ґрунтується на теоретичних положеннях цифрової журналістики зокрема на дослідженнях М. Бутириної та Л. Темченко, В. Бабенко, М. Дороша, Д. Солодовника та інших авторів, які розкривають природу мультимедійного лонгвіду як формату, що поєднує переваги традиційної журналістського тексту з можливостями цифрового середовища. Актуальність створення циклу лонгвідів про Яворницького обумовлена кількома чинниками: постать вченого є визначальною для культурної ідентичності Дніпропетровщини, проте у сучасному цифровому медіапросторі вона представлена переважно у форматах, орієнтованих на фахову аудиторію; воєнний стан в Україні посилив суспільний запит на контент, що зміцнює національну ідентичність і зв'язок із культурною спадщиною; молода цифрова аудиторія потребує матеріалів, що поєднують наукову достовірність із привабливою мультимедійною формою подання.

Авторська концепція полягає у поєднанні наукової достовірності з прийомами сторітелінгу, авторським візуальним стилем та технологічною доступністю реалізації. Саме це відрізняє цей проєкт від існуючих матеріалів про вченого. Новизна розробленого інформаційного продукту полягає в тому, що він є першим мультимедійним проєктом, повністю присвяченим постаті Яворницького у форматі, доступному масовій цифровій аудиторії.

2. Визначення цільової аудиторії та каналів поширення показало, що цикл лонгвідів орієнтований на широке коло читачів: студентів гуманітарних спеціальностей і викладачів, які шукають якісні навчальні матеріали; краєзнавців і аматорських дослідників місцевої історії; музейних працівників і екскурсоводів; туристів, які готуються до відвідування культурних об'єктів Дніпра. Основним каналом поширення матеріалів стало локальне онлайн-медіа

dnipro.media, орієнтоване на аудиторію, зацікавлену в історії та культурі Дніпра; додатково матеріали поширювалися через соціальні мережі видання. Аналіз ресурсних витрат підтвердив, що якісний мультимедійний контент може бути створений із мінімальним бюджетом завдяки використанню доступних цифрових інструментів, зокрема платформи Figma.

3. Практична реалізація циклу лонгвідів здійснювалася поетапно: від концептуалізації і дослідницької роботи до написання текстів, добору візуальних матеріалів, верстки та підготовки до поширення. Кожен лонгвід будувався за наративною структурою з чергуванням текстових і візуальних блоків, що забезпечує утримання уваги читача впродовж усього матеріалу. Важливою складовою стала робота з архівними фотографіями та зображеннями музейних артефактів, завдяки яким текст отримав документальну достовірність і візуальну насиченість. Особистий внесок автора полягає у повному авторстві обох лонгвідів, розробці єдиного візуального стилю циклу та самостійному проведенні дослідницької роботи з опрацюванням наукових джерел і матеріалів музею. Матеріали опубліковані на локальному онлайн-медіа dnipro.media та поширені через соціальні мережі видання; відпрацьована методологія може бути застосована іншими регіональними медіа та культурними ініціативами для створення подібного контенту без значних бюджетних витрат.

4. Творчий проєкт представлений у формі двох лонгвідів: перший лонгвід «Поль, Яворницький та 250 тисяч експонатів: як створювався національний історичний музей у Дніпрі» розкриває музейну діяльність вченого через конкретні епізоди: збирання козацьких реліквій, протистояння революційним загрозам, щоденна праця з формування колекції. Другий лонгвід «Як Дмитро Яворницький проніс козацьку спадщину крізь чотири режими» висвітлює його характер через ключові епізоди у його житті, а також його роль у порятунку пам'яток в умовах індустріалізації. Обидва матеріали об'єднані спільним наративним принципом: абстрактні історичні процеси втілюються в конкретних людських вчинках і рішеннях головного героя. Суспільна значущість продукту полягає у популяризації постаті видатного історика Дмитра Яворницького серед

масової цифрової аудиторії в умовах, коли збереження і трансляція національної культурної пам'яті набувають особливої актуальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко В. Наративний текст у новинному форматі. Теле- та радіожурналістика. 2013. Вип. 12. С. 265–273.
2. Бакаєвич Я. Журналістика рішень у нових медіа: специфіка контенту та способів просування. Образ. 2024. Вип. 3 (46). С. 40–60.
3. Богданович Г. Медіапроекти як якісний показчик сучасної журналістики. Науковий вісник Ужгородського університету. 2010. Вип. 22. С. 18–139.
4. Галудзіна-Горобець В. І. Феномен сарафанного маркетингу в сучасному медіапросторі. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32 (71). № 3. Ч. 2. С. 242–246.
5. Горбаль Н. І., Ніценко Д. О. Рекомендаційний маркетинг: особливості й перспективи застосування. Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development. 2022. Vol. 4. № 1. С. 7–15.
6. Гопчак Ю., Лобунець Т., Луковський Р. SWOT-аналіз як важливий інструмент у розробці стратегії бізнесу. Економіка та суспільство. 2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua> (дата звернення: 09.03.2026).
7. Дорош М. Сторітелінг на папері та планшеті. MediaSapiens. 2012. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/storiteling_na_paperi_ta_plansheti (дата звернення: 09.03.2026).
8. Євсєєв О., Грабовський Є. Створення контенту для інтерактивних мультимедійних проєктів на основі штучного інтелекту. Наука, технології, інновації. 2024. Вип. 3 (31). С. 91–98.
9. Зімовін О. Воркшоп як формат професійного навчання. Фактор. 2017. № 4/1. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ot/2017/february/issue-4/1/article-25440.html> (дата звернення: 09.03.2026).

10. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології : курс лекцій. Черкаси : Брама-Україна, 2010. 224 с.
11. Іванова С. Медіапроекти : методична розробка. Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, 2019. 31 с.
12. Каленич В. Імерсивні технології журналістики в українському та світовому медіапросторі. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2024. Вип. 54–55. С. 212–221.
13. Калинець К. Рекомендаційний маркетинг як складова маркетинг-мікс. Collection of Scientific Papers «SCIENTIA». Vilnius, 2023. P. 25–29.
14. Кисіль К. Інтерактивні мапи в журналістиці: для новачків та просунутих користувачів. MediaSapiens. 2016. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how_to/interaktivni_mapi_v_zhurnalistitsi (дата звернення: 09.03.2026).
15. Личковська О. Р. Партисипативні інтернет-видання в сучасному українському медіапросторі: можливості та обмеження. Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. 2016. Вип. 10. С. 200–208.
16. Марків О., Зарівна О., Марків І. Актуалізація ролі викладача в освітньому процесі в епоху штучного інтелекту. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Тенденції забезпечення якості освіти» (23.06.2024, Дніпро). 2024. С. 46–50.
17. Марків О., Шемет В., Білорусцева Т., Денисюк С. Значення гостьових занять для формування практичних компетентностей майбутніх журналістів. Педагогічна Академія : наукові записки. 2025. Вип. 16. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15064661> (дата звернення: 09.03.2026).
18. Марків О. Т., Білорусцева Т. М., Денисюк С. В. Авторські медійні проекти у фокусі журналістських студій: освітні виміри медіавиробництва, медіадизайну та архітектоніки форматів. Педагогічна Академія : наукові записки. 2025. Вип. 23. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17389184> (дата звернення: 09.03.2026).

19. Скригун Н., Семененко К., Яценко В. Вплив реклами та цифрових комунікацій на довіру до бренду. *Економіка та суспільство*. 2025. URL: <https://economyandsociety.in.ua> (дата звернення: 09.03.2026).
20. Слотюк Т. Концепція моделі solutions journalism: конотація, функції, особливості функціонування. *Вісник ЛНУ імені Івана Франка. Серія Журналістика*. 2021. Вип. 50. С. 68–76.
21. Солодовник Д. Проєкти журналістики даних «The Sigma Awards»: особливості візуального контенту. *Образ*. 2023. № 3 (43). С. 70–84.
22. Як створити успішний медіапроєкт? Підсумки онлайн-тренінгу для журналістів Суспільного. *Суспільне мовлення*. 27.03.2020. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/2326/> (дата звернення: 09.03.2026).
23. Яненко Я. Мультимедійний творчий проєкт як технологія навчання майбутніх фахівців у галузі мас-медіа. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2014. Т. 44. № 6. С. 134-140.
24. Яцимірська М. Імерсивна мова ЗМІ: навігація до результату. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. Вип. 44. С. 303-308.
25. Butyгина М., Temchenko L. Новітні дидактичні засоби в медіаосвіті (на прикладі мультимедійного лонгріду). *Communications and Communicative Technologies*. 2022. № 22. Р. 26–35.
26. Newman N. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024. URL: <https://surl.lu/btgunf> (дата звернення: 09.03.2026).
27. Severijnen M., de Haan Y. Educating for a Changing Media Landscape: Four Scenarios for Journalism Education in 2030. *Journalism Studies*. 2024. Vol. 25 (16). Р. 1931–1948.
28. Branch J. Snow Fall. *The New York Times*. 2012. URL: <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek> (дата звернення: 09.03.2026).