

УДК 070:004.774:654.197

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2025.31.358476>

## СПЕЦИФІКА ВІЗУАЛЬНОГО СТОРІТЕЛІНГУ У ВІДЕОКОНТЕНТІ ФОРМАТУ ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ

**Арсен Подосян,**

викладач кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій  
факультету журналістики, реклами та видавничої справи  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова  
e-mail: [podosian.arsen@onu.edu.ua](mailto:podosian.arsen@onu.edu.ua)  
[apodosian@gmail.com](mailto:apodosian@gmail.com)  
ORCID iD: 0009-0001-3771-9495

Сучасний медіапростір трансформується під впливом стрімкого розвитку цифрових технологій, глобалізації інформаційних потоків і зміни моделей споживання новин. Це проявляється не лише у переході від традиційних медіа до онлайн-платформ і соцмереж, а й у зростанні кризи довіри аудиторії до класичних інформаційних інститутів. Багато споживачів сприймають новини як маніпулятивні або емоційно виснажливі, що зменшує громадську залученість. Однією з причин є домінування конфліктно-орієнтованого дискурсу, який акцентує негатив і драматизацію, викликаючи «новинну втому» та соціальну апатію. У відповідь формується запит на альтернативні підходи. Журналістика рішень пропонує не лише фіксацію проблем, а аналіз механізмів їх подолання, ефективних практик і соціальних інновацій. Вона спрямована на відновлення довіри, активізацію громадянської участі та формування зрілої інформаційної культури.

**Ключові слова:** журналістика рішень; візуальний сторітелінг; аудіовізуальний контент; кросмедійність; соціальний вплив медіа.

**Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими й практичними завданнями.** Актуальність даного дослідження зумовлена тим, що в умовах стрімкого розвитку кросмедійності та цифрової конвергенції аудіовізуальний контент поступово стає домінуючим способом передачі та сприйняття інформації. Відеоформати дедалі частіше визначають характер комунікації між медіа та аудиторією, оскільки поєднання зображення, звуку, монтажу та візуальних ефектів забезпечує вищий рівень емоційної залученості та швидше засвоєння інформації. У цьому контексті відеоконтент набуває стратегічного значення для сучасної журналістики, зокрема в межах інноваційних підходів до подання соціально важливих тем.

Водночас візуальний сторітелінг у журналістиці рішень потребує окремого теоретичного осмислення та методологічного аналізу. На відміну від традиційних

новинних форматів, де відео часто виконує допоміжну або ілюстративну функцію, у журналістиці рішень воно має значно ширше завдання. Аудіовізуальні матеріали покликані не лише відтворювати перебіг подій, а й виступати доказовою базою ефективності запропонованих рішень, демонструвати причинно-наслідкові зв'язки, а також відображати соціальний контекст і результати впроваджених практик.

Крім того, відеосторітелінг у межах журналістики рішень спрямований на стимулювання глядача до конструктивної дії, формування відчуття залученості та можливості впливу на суспільні процеси. Саме тому особливої уваги потребують питання добору героїв, візуальних образів, наративної структури, а також етичних і технологічних аспектів створення відеоконтенту.

**Мета дослідження.** Мета дослідження полягає у комплексному теоретичному та практичному осмисленні візуального сторітелінгу як системоутворювального елемента аудіовізуального контенту в межах журналістики рішень у сучасному кросмедійному медіапросторі. У центрі уваги перебуває аналіз специфіки використання візуальних, наративних і технологічних інструментів, що забезпечують перехід від проблемно-орієнтованої новинної моделі до конструктивного медіадискурсу, спрямованого на пояснення механізмів подолання соціально значущих проблем.

Дослідження орієнтоване на виявлення ключових характеристик відеоконтенту в форматі журналістики рішень, зокрема акценту на процесуальність, трансформації образу героя в образ «агента змін», а також інтеграції аналітичної та пояснювальної графіки як доказової складової журналістського матеріалу. Окрему увагу приділено аналізу монтажних і композиційних рішень, особливостей кросплатформенної адаптації аудіовізуальних матеріалів та їхнього впливу на сприйняття інформації різними сегментами аудиторії.

У ширшому контексті мета дослідження полягає у з'ясуванні ролі візуального сторітелінгу в журналістиці рішень як інструмента підвищення довіри до медіа, активізації громадянської участі та стимулювання конструктивних соціальних практик, а також у визначенні потенціалу цього підходу для розвитку сучасної аудіовізуальної журналістики в умовах цифрової трансформації та кросмедійності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Концептуалізація журналістики рішень базується на роботах Д. Борнштейна та Т. Розенберг, проте візуальний аспект найґрунтовніше розкрито у працях Ніколь Дамен. Вона впроваджує термін «відновлювальний наратив», який фокусується на стійкості та процесі відновлення спільноти після кризи [2]. На відміну від традиційної журналістики, де візуальний ряд часто акцентує увагу на стражданнях або руйнуваннях, у журналістиці рішень відеоряд має відповідати критерію «доказовості». Як зазначає К. Макінтайр, візуалізація успішного досвіду сприяє підвищенню рівня суспільної самоєфективності [4].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Формування аудіовізуального контенту в межах журналістики рішень зумовлюється необхідністю поєднання наративної виразності з аналітичною точністю та доказовістю. На відміну від традиційних

новинних форматів, де візуальний ряд переважно підсилює емоційне сприйняття події, у журналістиці рішень він виконує функцію інструмента пояснення, аргументації та демонстрації причинно-наслідкових зв'язків. Саме тому особливого значення набувають специфіка відеомонтажу, композиційні рішення та вибір візуальної мови, які безпосередньо впливають на сприйняття матеріалу аудиторією.

### Специфіка відеомонтажу та композиції

Візуальна мова журналістики рішень має низку принципів відмінностей порівняно з традиційною новинною подачею. Насамперед ідеться про зміну ролі «героя» у кадрі. Якщо у кримінальній хроніці або конфліктно-орієнтованих новинах людина найчастіше постає в образі жертви або пасивного учасника подій, то у відеоматеріалах журналістики рішень вона репрезентується як «агент змін», здатний впливати на ситуацію та брати участь у її трансформації.

Відповідно, візуальні кадри мають демонструвати не лише емоційний стан персонажа, а й безпосередній процес роботи над проблемою: ухвалення рішень, застосування інструментів, командну взаємодію. У традиційних новинах камера здебільшого фіксує наслідки подій — зруйновані об'єкти, черги, емоційні реакції. Натомість у журналістиці рішень акцент зміщується на так звану «механіку» рішення. Наприклад, у матеріалах про екологічні ініціативи глядач має побачити не лише результат у вигляді чистого простору, а й конкретні технології сортування, переробки чи організації процесу.

Важливою складовою відеомонтажу в цьому форматі є використання пояснювальної анімації (explainer videos). Оскільки більшість рішень мають системний і комплексний характер (реформи освіти, моделі управління відходами, соціальні програми), суто натурних зйомок часто виявляється недостатньо. Інфографіка, інтегрована у відеоряд, виконує роль доказової бази, візуалізуючи статистичні дані, динаміку змін та ефективність реалізованих проєктів, що підсилює довіру аудиторії до представленої інформації [1].

### Кросмедійний аспект візуального сторітелінгу

Візуальний сторітелінг у журналістиці рішень неможливий без урахування платформи розповсюдження контенту. Кросмедійність вимагає *адаптації відеоматеріалів до різних цифрових середовищ і моделей споживання інформації*.

1. **YouTube та документальні відеоесе.** Для цих платформ характерний глибинний сторітелінг із використанням багатозарового монтажу, поєднання архівних матеріалів та сучасних зйомок. Довгі формати дозволяють детально висвітлити не лише успішні аспекти рішення, а й його обмеження. Візуальна чесність щодо того, що не спрацювало або потребує доопрацювання, є ключовим чинником формування довіри аудиторії.

2. **Короткі формати (Reels, TikTok, Shorts).** У цих середовищах домінує логіка «швидкого інсайту». Візуальний ряд будується за чіткою структурою «Проблема — Рішення — Результат», що дозволяє за короткий час передати суть кейсу та зацікавити глядача.
3. **Мультимедійні лонгріди.** Тут відео виконує функцію елемента занурення в тему. Застосовуються короткі зациклені фрагменти, інтерактивні відеовставки або візуальні блоки, які активуються читачем і доповнюють текстовий наратив.

### **Практичний аналіз аудіовізуальних технологій (на прикладі проєкту «Ukrainer»)**

Для емпіричного підтвердження теоретичних положень доцільно звернутися до діяльності медіапроєкту «Ukrainer», який де-факто використовує принципи журналістики рішень у своїх кросмедійних циклах. Аналіз серії матеріалів «Відновлення» дозволяє виокремити низку характерних прийомів.

По-перше, у проєкті активно застосовується аерозйомка (дрони) не з метою створення естетизованих панорам, а для демонстрації масштабу проблеми та просторових результатів її вирішення. По-друге, використовується паралельний монтаж, у межах якого поєднуються кадри руйнації та відновлення. Водночас часовий хронометраж свідомо зміщений у бік позитивної трансформації: понад 70% відеоряду присвячено саме механіці реалізації рішення. По-третє, кросмедійна адаптація контенту реалізується через синхронізацію платформ: повноформатне відео на YouTube супроводжується серією коротких роликів у соціальних мережах, кожен з яких фокусується на окремому вузькому інсайті або елементі рішення.

Такий підхід забезпечує цілісність наративу та підвищує ефективність комунікації з різними сегментами аудиторії.

**Висновки та перспективи дослідження.** Проведений аналіз засвідчує, що візуальний сторітелінг у форматі журналістики рішень є не лише одним із сучасних інструментів аудіовізуальної журналістики, а й ефективною технологією формування конструктивного суспільного дискурсу в умовах кризи довіри до традиційних медіа. Зосередження уваги не на самій проблемі, а на механізмах її подолання дозволяє змінити модель сприйняття новинного контенту з емоційно виснажливої на аналітично залучену та соціально орієнтовану.

У ході дослідження визначено ключові специфічні риси візуального сторітелінгу в журналістиці рішень, серед яких провідне місце посідає акцент на процесуальності, тобто візуалізація принципу «як це працює». Такий підхід забезпечує прозорість наративу, сприяє кращому розумінню складних соціальних механізмів і підвищує рівень довіри аудиторії до представленої інформації. Не менш важливою є трансформація образу героя: замість пасивної «жертви» у кадрі домінує фігура «агента змін», що репрезентує активну позицію, відповідальність та можливість впливу на суспільні процеси.

Окремого значення набуває інтеграція аналітичної графіки та пояснювальної візуалізації, яка виконує функцію доказової бази та дозволяє поєднати емоційний компонент відео з раціональним осмисленням даних. Використання сучасних графічних і монтажних інструментів у поєднанні з емпатичним інтерв'ю та продуманою композицією створює передумови для формування кросмедійного продукту, здатного ефективно функціонувати на різних цифрових платформах.

Таким чином, візуальний сторітелінг у журналістиці рішень не лише розширює інструментарій сучасної аудіовізуальної журналістики, а й сприяє активізації громадянської участі, стимулює аудиторію до конструктивних соціальних дій та формує більш відповідальну модель взаємодії між медіа й суспільством.

### ЛІТЕРАТУРА:

1. Борнштейн Д. Як змінити світ: соціальні підприємці і сила нових ідей. Київ : Темпора, 2013. 450 с.
2. Dahmen N. S. Restorative narrative: an emerging visual genre of continuity, progression, and resilience. *Journalism*. 2017. Vol. 18. Issue 2. pp. 168–185.
3. Lough K., McIntyre K. A systematic review of constructive and solutions journalism research. *Journalism Practice*. 2021. Vol. 15. Issue 7. pp. 912–929.
4. McIntyre K. Solutions journalism: the effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2019. Vol. 96. Issue 1. pp. 16-34.
5. Solutions Journalism Network. The Solutions Journalism Strategy Guide. 2022. URL: <https://www.solutionsjournalism.org/> (дата звернення: 05.02.2026).
6. Gyldensted C. From luxury to necessity: the impact of constructive journalism. Windesheim University, 2015. URL: <https://www.constructiveinstitute.org/> (дата звернення: 05.02.2026).
7. Городенко Л. Теорія масової комунікації: кросмедійний підхід. *Наукові записки Інституту журналістики*. Т. 67. 2017. С. 5–12.
8. Ukraïner. Серія «Відновлення»: аудіовізуальні кейси. *YouTube-канал*. URL: <https://www.youtube.com/@Ukraïner> (дата звернення: 05.02.2026).

UDC 070:004.774:654.197

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2025.31.358476>

## **SPECIFIC FEATURES OF VISUAL STORYTELLING IN VIDEO CONTENT OF SOLUTIONS JOURNALISM**

***Arsen Podosyan,***

Lecturer of Department of Journalism,  
Advertising and Media Communications  
Odesa I. I. Mechnikov National University  
e-mail: [podosian.arsen@onu.edu.ua](mailto:podosian.arsen@onu.edu.ua)  
[apodosian@gmail.com](mailto:apodosian@gmail.com)  
ORCID iD: 0009-0001-3771-9495

The transformation of the contemporary media landscape is occurring amid the rapid development of digital technologies, the globalization of information flows, and a radical change in news consumption models. This transformation is characterized not only by the shift from traditional media platforms to online environments and social networks but also by a deepening crisis of audience trust in classical information institutions. A significant portion of news consumers increasingly perceives media content as manipulative, superficial, or emotionally exhausting, which negatively affects levels of public engagement and societal dialogue.

One of the key causes of this crisis is the dominance of a conflict-oriented paradigm in news discourse, which focuses on dramatizing events, intensifying confrontations, and emphasizing negativity and crises. Although this approach captures short-term audience attention, in the long term it contributes to a sense of helplessness and information overload. As a result, the phenomenon of so-called “news fatigue” emerges, manifesting in the conscious avoidance of news, decreased interest in socially important topics, and the growth of social apathy.

In response to these challenges, there is a growing demand in the global media environment for alternative journalistic approaches capable of restoring trust and enhancing the constructive role of media in society. In this context, solutions journalism emerges as an innovative professional methodology that implies a fundamental shift from merely reporting problems and crises to conducting an in-depth analysis of the mechanisms for overcoming them, effective practices, and social innovations. It does not deny the existence of problems but offers a more balanced and analytical approach focused on identifying evidence-based solutions and evaluating their real-world impact.

Thus, solutions journalism is considered not only as a format for delivering information but also as a tool for restoring public trust, stimulating civic engagement, and fostering a more mature information culture in the contemporary media landscape.

**Keywords:** solutions journalism; visual storytelling; audiovisual content; cross-media; social impact of media.

#### REFERENCES:

1. Bornshtein, D. (2013) Yak zminyty svit: sotsialni pidpriumtsi i syla novykh idei [How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas]. Kyiv. 450 p. [In Ukrainian].
2. Dahmen, N. (2017) Restorative narrative: an emerging visual genre of continuity, progression, and resilience. *Journalism*. Vol. 18. Issue 2. pp. 168–185 [In English].
3. Lough, K., McIntyre, K. (2021) A systematic review of constructive and solutions journalism research. *Journalism Practice*. Vol. 15. Issue 7. pp. 912–929 [In English].
4. McIntyre, K. (2019) Solutions journalism: the effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol. 96. Issue 1. pp. 16–34 [In English].
5. Solutions Journalism Network (2022). *The Solutions Journalism Strategy Guide*. URL: <https://www.solutionsjournalism.org/> (accessed: 05.02.2026) [In English].
6. Gyldensted, C. (2015) From luxury to necessity: the impact of constructive journalism. *Windesheim University*. URL: <https://www.constructiveinstitute.org/> (accessed: 05.02.2026) [In English].
7. Horodenko, L. (2017) Teoriia masovoi komunikatsii: krosmediinyi pidkhid [Mass communication theory: a cross-media approach]. *Scientific Notes of the Institute of Journalism*. Vol. 67. pp. 5–12 [In Ukrainian].
8. Ukrainer (2022). «Vidnovlennia» series: audiovisual cases. *YouTube channel*. URL: <https://www.youtube.com/@Ukrainer> (accessed: 05.02.2026) [In Ukrainian].