

УДК 070:004.032.6] (477)»20»

# КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ СУЧАСНИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЛОНГРІДІВ: УКРАЇНСЬКА ПРАКТИКА

**Сергій ШАШЕНКО**

Київський національний  
університет культури і  
мистецтв

вул. Є. Коновальця, 36,  
01133, Київ, Україна

e-mail: s.shashenko@gmail.com

ORCID ID 0000-0002-9794-5937

© Шашенко С., 2019

*На сьогодні поняття «лонгрід» неоднозначно вживається спеціалістами медійної сфери, що призводить до виникнення численних неузгоджених контекстуальних значень цього поняття. Стаття присвячена конкретизації терміну «лонгрід» на основі аналізу його комунікаційних ознак.*

*Актуальність зумовлена інтересом дослідників до популярної у сучасному медіа-просторі журналістики довгих форм (англ. Long-form journalism) та способів організації і подання великих за обсягом матеріалів.*

*Беручи до уваги широкий інструментарій засобів комунікації сучасних мультимедіа, поняття «лонгрід» втрачає характеристику суцільного масиву тексту. У конкретиці цифрових мультимедійних технологій лонгрід — це цілий комплекс, що складається безпосередньо з самого тексту, доповненого відео- та аудіороліками, презентаціями, інфографікою, фоновою музикою, ілюстраціями (в тому числі інтерактивними), вбудованими цитатами тощо. У більшості розглянутих лонгрідів матеріал у вигляді тексту є основним середовищем, куди підверстуються в потрібних місцях мультимедійні елементи.*

*Здійснено огляд способів створення й поєднання різних форм візуального контенту в текстовому середовищі новітніх журналістських жанрів.*

*Захоплюючи читача різноманітністю подання матеріалу, лонгрід може бути глибоко аналітичним. Він може розкривати тему гостросоціальної, трендової, актуальної для певної галузі або такої, що вимагає популяризації. Розглядаються особливості розкриття теми з нестандартної точки зору або ж глибоке опрацювання питання. Охарактеризовано специфіку представлення традиційних жанрів у лонгрідах.*

*З'ясовано, що лонгрід є не жанром журналістики, а способом побудови і представлення інформації, формою її подачі. В лонгріді можуть знайти втілення різні журналістські жанри, проте не будь-який текст можна трансформувати в матеріал для мультимедійного лонгріда. Розглядаються способи подачі та структуризації інформації у мультимедійних лонгрідах.*

*Матеріалом для дослідження стали мультимедійні лонгріди переважно українського медіапростору. Проаналізовано форми візуальної комунікації, технологічні прийоми подачі мультимедійного контенту та методи впливу для утримання уваги читача та сприяння засвоєнню ним побаченого.*

**Ключові слова:** лонгрід, візуальна комунікація, нові медіа, медіапростір, мультимедіа, мультимедійний контент.

## COMMUNICATION ASPECTS OF MODERN MULTIMEDIA LONG READS: UKRAINIAN PRACTICE

**Shashenko Serhii**

Kyiv National University of Culture and Arts,  
36 Ye Konovalets Str., 01133, Kyiv, Ukraine  
e-mail: s.shashenko@gmail.com  
ORCID ID 0000-0002-9794-5937

*Nowadays, “long read” concept is ambiguously used by media sphere specialists, which leads to the emergence of many uncoordinated contextual meanings of this concept. The article is devoted to “long read” term specification on the basis of its communication features analysis.*

*The relevance is caused by the researchers’ interest to long-form journalism that is very popular in the modern media scene and ways of organizing and presenting large volumes of materials.*

*Taking into account the wide range of modern media tools, “long read” concept loses the characteristic of a solid text array. In the specifics of digital multimedia technologies, long read is a whole complex consisting directly of the text, supplemented by video and audio clips, presentations, infographics, background music, illustrations (including interactive ones), built-in quotes, etc. In most of the reviewed long reads, material in the form of text is the main medium where multimedia elements are located in the right places.*

*In the article was done an overview of how to create and combine various forms of visual content in the latest journalistic genres text environment.*

*Capturing the reader with a material presentation variety, long read can be deeply analytic. It can reveal a sharp social, trendy, relevant for a particular industry theme or one that requires popularization. The peculiarities of theme disclosing from a non-standard point of view or question deep elaboration are considered. The specifics of traditional genres representation in long reads is characterized.*

*It was found out that long read is not a genre of journalism, but a way of constructing and presenting information, the form of its filing. Various journalistic genres can be embodied in the long read, but not every text can be transformed into material for a multimedia long read. Here considered methods of feeding and structuring information in multimedia long reads.*

*The study material were multimedia long reads mainly of the Ukrainian media sphere. Visual communication forms, technological methods of providing multimedia content and influence methods for reader’s attention keeping and assimilating have been analyzed.*

**Key words:** long read, visual communication, new media, mediasphere, multimedia, multimedia content.

### *Постановка проблеми*

Протягом останніх років актуальною темою в середовищі теоретиків та практиків мас-медіа залишається скорочення довжини повідомлень ЗМІ та мініатюризації пристроїв, із яких користувачі споживають медіатексти. Переважна більшість читачів інтернет-публікацій чекає від журналістів коротких повідомлень, які можна прочитати з невеликого екрану, наприклад, телефона, смартфона чи планшетного ПК. Вчені називають такий феномен «твітерізація» медіа, відзначаючи, що Твітер, а також й інші мікроблоги та соціальні мережі формують у аудиторії звичку до читання коротких текстів та заголовків. Причиною цього стало загальне збільшення обсягу інформації, що генерується та поширюється. В епоху цифрових медіа людина живе в умовах інформаційного перенасичення, коли стає неможливим освоїти всі повідомлення мас-медіа. У зв'язку з цим набула поширення думка, що з цієї причини довгий текст в інтернеті «вмирає».

Однак практика журналістики показує, що довгий текст не зникає з медійного поля, а знаходить нове втілення, видозмінюючись та набуваючи нових якостей та особливостей у цифровому медіапросторі. Впродовж останніх років в нових медіа з'явилося таке явище, як журналістика довгих форм (англ. Long-form journalism), що підтверджено дослідженням, проведеним Pew Research Center у травні 2016 р. (Mitchell, Matsa, & Stocking, 2016): користувачі мобільних пристроїв вдвічі більше часу проводять за читанням довгих статей, ніж коротких новинних текстів.

### *Аналіз останніх досліджень і публікацій*

З'явившись в українському інформаційному просторі, лонгрідів привернули увагу дослідників. У своїх працях Р. Вербовий та І. Мацішина, розглядаючи тему сторітелінгу, описали основні їх ознаки; О. Ситник досліджував їх з точки зору композиційно-графічного моделювання; О. Євменова та Т. Дубровна з позиції жанрової специфіки журналістики; О. Нестеренко з'ясувала передумови виникнення лонг-глідів та жанрову природу. Враховуючи інтерес науковців до лонг-глідів, актуальним залишається дослідження їхніх комунікаційних ознак в українських ЗМІ.

*Метою* статті є окреслення комунікаційних особливостей мультимедійних лонг-глідів в українському медіапросторі.

### *Завдання* статті:

- розглянути специфіку формату лонг-гліда у новітніх медіа;
- конкретизувати поняття мультимедійного лонг-гліда в сучасному медіапросторі;
- визначити принципи розробки структури мультимедійних лонг-глідів;

- проаналізувати форми візуальної комунікації та технологічні прийоми представлення мультимедійного контенту українських лонгвідів;
- визначити психологічні методи впливу для утримання уваги читача та сприяння засвоєнню інформації.

*Виклад основного матеріалу*

Вперше у ЗМІ заговорили про «лонгвід» наприкінці 2012 року, коли на сайті The New York Times з'явився мультимедійний матеріал, який суттєво відрізнявся від того, що раніше робила їх онлайн-редакція. Тенденцію підхопили The Washington Post, The Guardian та інші відомі у світі онлайн-видання. У 2014 році їх вже визначили як один із провідних трендів у веб-дизайні («Що таке лонгвіди на сайтах», 2016). В українських ЗМІ лонгвіди набувають популярності з 2015 р.

Від початку лонгвід був форматом, який могли собі дозволити лише деякі великі редакції. Він вимагав значних грошових та ресурсних вкладень, які були під силу лише обмеженому колу ЗМІ. Поступово мас-медіа виробили алгоритм, завдяки якому можна прискорити процес створення такого мультимедійного продукту, зробити його менш трудомістким. Аналіз процесу створення лонгвідів в Україні та закордоном показує, що кількість людей, які працюють над цим форматом, скорочується. Терміни, що відводяться на окремий проект, стають більш стиснутими.

З'явилися спеціальні веб-платформи, які допомагають виготовляти лонгвіди за принципом конструктора. Наприклад, Tilda Publishing або Scroll Kit дають можливість сконструювати мультимедійний твір будь-якому новачкові, який не володіє навичками програмування. Тому зараз команді з трьох-чотирьох людей цілком під силу створити лонгвід, якщо учасники володіють достатніми журналістськими вміннями і креативним мисленням.

Головною ознакою лонгвідів є контент, створений на протиположності мініатюризації медіаповідомлень та спрямований на повільний, вдумливий перегляд, читання та засвоєння. Як наслідок, з'явився термін «лонгвід» (англ. «Digital long-form», «longread»), який поступово з англої журналістики перейшов у теорію та практику журналістикознавства в Україні. Під цим терміном розуміють як друкований текст, так і мультимедійний твір, в основу якого поміщено текст великого обсягу (Галустян, & Кульчицкая, 2016).

В умовах роботи з великою кількістю інформації сучасні фахівці, такі як копірайтери та дизайнери, намагаються стежити за новими течіями та тенденціями. Це природна рефлексія професіоналів на швидку зміну тенденцій та трендів, а також засобів їх виготовлення. Виникає закономірна потреба у науковому осмисленні нових дефініцій, їх класифікації, систематизації та аналізу. Насьогодні поняття

«лонгрід» неоднозначно вживається спеціалістами медійної сфери, що призводить до виникнення численних неузгоджених контекстуальних значень цього поняття. Це зумовлює необхідність у конкретизації терміна і його вживанні.

У контексті розвитку цифрових медіа **лонгрід** — це спосіб послідовно і логічно подати тематично організований масив інформації у структурованому вигляді, застосовуючи різноманітні форми візуальної комунікації, технологічні прийоми представлення мультимедійного контенту та психологічні методи впливу для утримання уваги читача та сприяння легшому засвоєнню ним побаченого. Проте лонгрід — це не тільки довжина тексту, але й змістовно розказана історія. Відтак, сучасний журналіст має володіти знанням та досвідом створення й поєднання різних форм візуального контенту в текстовому середовищі.

Загальновідомо, що довгі тексти у мережі не сприяють комунікації так ефективно, як коротко і лаконічно сформульовані порції інформації у форматі тез чи повідомлень. Люди часто звертаються до інтернету для отримання необхідної інформації в максимально короткі терміни. За даними PureInternet, бар'єр «довжини», тобто ефект, коли людина закриває новину не читаючи, бо бачить задовгий текст, становить 1,8–2 тисяч знаків (Ганжа, 2014).

Беручи до уваги широкий інструментарій засобів комунікації сучасних мультимедіа, поняття «лонгрід» втрачає характеристику суцільного масиву тексту. У конкретиці цифрових мультимедійних технологій лонгрід — це цілий комплекс, що складається безпосередньо з самого тексту, доповненого відео- та аудіороликами, презентаціями, інфографікою, фоновою музикою, ілюстраціями (в тому числі інтерактивними), вбудованими цитатами тощо. Найважливішою жанротворчою характеристикою є взаємопов'язаність цих елементів між собою. Вони не просто доповнюють текст, а корелюються з ним на принципах паритетності. В такому матеріалі вкрай важлива послідовність викладу, гармонійне поєднання всіх його частин — якісна та кількісна характеристика ілюстративного ряду, шрифтів, кольорів тощо.

Друга важлива особливість лонглідів, окрім послідовності в структурі інформації та різноманітності способів її представлення, є розкриття теми з нестандартної точки зору або ж глибоке опрацювання питання. Це наділяє лонгрід ознаками аналітичності. Для автора лонгліда головна мета — захопити увагу читача несподіваною чи захоплюючою історією або ж подати вже відому, але актуальну, розповідь з абсолютно нової точки зору.

Особливість лонгліда полягає у комплексному задіянні жанрових, методичних та технологічних засобів сучасного медіапростору. Цим можна пояснити зростання популярності цього виду медіа.

Якість впливу представленого у лонгріді контенту на користувача визначається доцільністю використання засобів візуалізації відповідно до характеру інформації. Відтак, текстові блоки в лонгрідах супроводжуються зображеннями, відеороликами, інфографікою, презентаціями, музикою. Інтерактивні елементи в такому тексті — повноцінна частина викладу («Що таке «лонгрид»», 2016). Наприклад, текст розповіді переривається відеороликом, який здатний викликати сильніший емоційний відгук на запропоновану тему, чи інфографікою для легшого засвоєння статистичної інформації. Після цього сео-текст продовжується без втрати уваги читача.

Захоплюючи читача різноманітністю подання матеріалу, лонгрид може бути глибоко аналітичним. Він може розкривати тему гостро-соціальну, трендову, актуальну для певної галузі або таку, що вимагає популяризації.

Необхідно зауважити, що лонгрид є не жанром, а форматом, тобто способом побудови і представлення інформації, формою її подачі. Його особливість полягає у тому, що в лонгріді можуть знайти втілення різні журналістські жанри: репортаж, реконструкція подій, портрети та особистості.

Охарактеризуємо специфіку представлення традиційних жанрів у лонгрідах:

*Репортаж* реалістично розповідає про події, які відбулися, або послуги, які надаються. У репортажних лонгрідах оповідь здебільшого ведеться від третьої особи. Репортажні лонгріди популярні в українських ЗМІ. Серед них чимало відомих, наприклад, «Історія Євромайдану. Хроніка української революції», «Іловайське пекло», «Історія ГогольFest», «Машиністи часу, або Назад в майбутнє» та ін.

*Реконструкція* — це справжня аналітика. Як правило, описується та аналізується ланцюг певних подій, які призведуть до необхідного результату. У реконструкції важливу роль відіграють музичний супровід, відеоряд та графічний контент. Українські аналітичні лонгріди торкаються переважно військової тематики: «Путін. Війна. Доповідь Немцова про війну РФ на Донбасі», «Дебальцево. Як це було», «Наша війна. Початок» та ін.

*Особисті історії* або *портретні* лонгріди — це відгуки, інтерв'ю, біографічні замальовки та нариси. У процесі розповіді залучаються різні мультимедійні засоби взаємодії з користувачем для розкриття особистості героя, персонажа чи навіть пісні («Bohemian Rhapsody. Мамо, цій пісні 40 років»). В українських ЗМІ цей жанр досить популярний. Серед відомих портретних лонгвідів можна назвати «In Memoriam. Кузьма Скрябін», «Відкрито позитивні: як живуть діти, що не приховують ВІЛ», «Розстріляне відродження. Невідома історія письменників із розсекречених архівів КДБ», «Маклауд. Сповідь розвідника» та ін.

Комунікаційні якості сприяють широкому застосуванню лонгрідів для представлення вибірок чи топів. Наприклад, «100 блогерів України: лонгрід», «Всесвіт «Зоряних воєн»», «Україна і Євробачення: як наш конкурс підкорювали» тощо. Серед них є навіть лонгріди про лонгріди («15 найкращих лонгрідів 2015 — ТСН», «Встигніть у цьому році: розкішні лонгріди 2016-го»).

Лонгріди не обов'язково присвячені гострим політичним та соціальним темам, але, як правило, саме вони викликають найбільший суспільний резонанс. Як було зазначено вище, лонгрід — це не стільки журналістський матеріал, скільки особливий формат веб-паблішингу, дизайнерської демонстрації матеріалу. Цей підхід повністю виключає семантичні особливості тексту та його підготовки, а також спрощує розуміння лонгріда як такого. Відповідно до цієї позиції, будь-який текст можна заверстати з мультимедійними елементами та отримати якісний продукт.

Важливо відзначити, що створення лонгріда, як правило, пов'язане не тільки з написанням довгих текстів, а й з тривалою роботою над джерелами, кількість яких може досягати декількох десятків. Цей журналістський формат вимагає ретельного опрацювання великих обсягів інформації та тривалої роботи.

Лонгріди відрізняються від інших публікацій інтернет-ЗМІ особливим візуальним оформленням. У більшості випадків матеріал у вигляді тексту є основним середовищем, куди підверстуються в потрібних місцях мультимедійні елементи. Тривалість історії забезпечується прокруткою сторінки, при цьому відео та аудіо часто запускаються в режимі автостарту, а не по кліку.

Ще одна особливість архітектури таких матеріалів — їх багатогранність. Як правило, вони складаються з декількох взаємопов'язаних розділів, що побудовані залежно від драматургії та сюжету. Також варто згадати й лінійну структуру таких матеріалів, тобто хронологічність розповіді, яку належить сприймати послідовно. Наприклад, в основі сюжету може бути дорога-подорож (як в лонгріді «ТСН» про Прип'ять «Місто-привид: Чим живе Прип'ять» («Місто-привид: Чим живе Прип'ять», 2016)) або опис однієї події (лонгрід «ТСН» «Іловайське пекло» («Иловый ад», 2016)). Драматургія будується навколо обставини місця або обставини часу.

Важливо сказати, що не будь-який текст з друкованих медіа можна трансформувати в матеріал для мультимедійного лонгріда. Часто в новому форматі текстовому контенту притаманний синкретизм жанрів та ряд особливостей, що відрізняє його від твору, написаного для преси. У лонгріді текстове середовище набуває багатовимірності — матеріал поділяється на основний та довідковий, який є додатковим та може впливати на дизайн та верстку. Наприклад, лонгрід

«Війна очима ТСН» не подає увесь текст розповідей журналістів у лінійному порядку, а представляє їх у вигляді інтерактивних посилань, що дає змогу читачеві самому обрати послідовність перегляду.

Ідеальний баланс між різними аудіовізуальними та текстовими елементами виражається в тому, що жоден з елементів не повинен виходити на перший план, витісняючи інші. За словами канадського дослідника нових онлайн-форматів Альфреда Ерміда, мультимедійні історії завжди повинні викладатися нелінійно, так як неієрархічність та інтерактивність — одні з основних принципів мультимедіа. Засоби композиційно-графічного конструювання надають публікації привабливості та зручності сприйняття контенту.

На сучасному етапі розвитку мультимедійних технологій першочергова роль належить техніці адаптивного дизайну. Дуже важливо, щоб лонгрід не втрачав комунікаційних характеристик як при відображенні на ПК, так і при перегляді на мобільних пристроях. Для цього важливо передбачити специфіку мультимедійних пристроїв для здійснення інтерактивної взаємодії з користувачем та віддати пріоритет розробці дизайну лонгріда, приділяючи увагу, зокрема, таким нюансам, як місце розташування мультимедійного контенту, вибір шрифтів, форматування тексту.

Існує кілька способів публікації лонглідів. В певних ситуаціях використовується ручна верстка або інструменти CMS (системи управління контентом), в інших — публікація через онлайн-сервіси створення лонглідів. Вибір відповідного способу зазвичай зумовлений індивідуальними характеристиками самого лонгріда.

Якісному лонгліді притаманний «глибокий» і «цілісний» матеріал, що перебуває в полі уваги як цільової аудиторії, так і пошукових систем. При цьому він працює на довгострокову перспективу і дозволяє протягом ще тривалого періоду після публікації отримувати переходи на сайт з пошукових систем, соціальних мереж тощо. В результаті відвідуваність сайту поліпшується, а це веде до ефективнішої роботи сайту в цілому.

Формат лонгріда передбачає симбіоз тексту й аудіовізуального ряду. Технічні можливості сучасних засобів мультимедіа можуть зіткнутися розробників з проблемою доцільності вибору візуальних елементів для створення у читача яскравого уявлення про сюжет. Для цього потрібно оцінити візуальний потенціал історії: які елементи можуть бути втілені у форматі відео, що можна передати за допомогою фотографій, де краще використовувати графіку та анімацію.

Створення лонгріда передбачає виявлення образів у темі дослідження та підбір відповідних аудіовізуальних форм вираження цих образів. Головне — витримати співвідношення формату й змісту. Так, при створенні інфографіки графічний дизайнер виділяє головні об-



рази матеріалу та працює над тим, як висловити візуально ці образи. Наприклад, у спецпроекті ВД «Коммерсант» «День, коли скінчилася війна» є спогади десятків людей по всьому світу, які розповідають про події 8–9 травня 1945 року («День, когда кончилась война», 2015). Їх можна було б опублікувати у вигляді тексту з фотографіями, але загубився б емоційний потенціал матеріалу, суха вербальна інформація повноцінно не передала б переживань героїв. Втратився б масштаб, який автори хотіли підкреслити: як по всьому світу люди відреагували на новину про кінець війни. Ключові образи тут — «спогади героїв» і «весь світ». До першого способу підійшов формат короткого аудіоінтерв'ю з фотографіями героїв, до другого способу — візуалізація карти світу. На інтерактивному атласі з мультимедійними елементами не загубилася емоційна складова теми і був візуально підкреслений масштаб події. Таким чином, образи набули доцільного, з точки зору комунікації, вираження за допомогою мультимедійних інструментів — формат і зміст знаходяться в точному співвідношенні.

Можна виділити кілька вдалих моделей доцільних аудіовізуальних форм вираження образів.

Для формату лонгріда добре підходять теми, які мають хронологічну (лінійну структуру). Наприклад, подорожі, експедиції, розповідь про якусь подію, яка розгортається в часі в хронологічному порядку. У випадку роботи з хронікою основний образ — час. Найбільш підходящий засіб для вираження цього образу — формат таймлайну. Такий підхід властивий переважно репортажним лонгрідам.

У випадку роботи з географічними об'єктами головним образом є масштаб та місцевість. Найдоцільнішим засобом візуалізації є інтерактивна карта. Як приклад можна навести «Таємниці польотів Малазійських авіаліній»: Mashable («Timeline: The Mystery», 2014).

Якщо розглядається подія, де важлива і хроніка і географія, доцільним буде формат мультимедійного «гіда» з інтерактивною картою. Приклад з українського медіапростору — «Два роки після розстрілів на Євромайдані: інтерактивна мапа»: «ВВС Україна» («Два роки після», 2016).

Важливим етапом створення лонгріда стає розробка концепції подачі матеріалу, попереднє визначення жанрових характеристик та формату. Перш за все визначають, у якому жанрі буде втілений основний елемент історії, тобто текст: чи буде це репортаж з великою кількістю наочних епізодів, нарис з упором на людську історію або інтерв'ю. Варто заздалегідь продумати, яка історія розповідається — лінійна або нелінійна. Якщо нелінійна, то потрібно попрацювати над можливим дизайном навігаційного бару.

Для прикладу розглянемо тему життя в населених пунктах Донбасу, де зосереджені підприємства важкого виробництва. У такій

масштабній темі варто визначити пріоритети ще на самому початку створення лонгріда: комплекс проблем, конкретний герой або якась подія. У цьому випадку, швидше за все, головним виявиться комплекс проблем, пов'язаних з роботою підприємств в умовах воєнного конфлікту. Кожну з проблем можна розглядати через історію окремо взятого міста або підприємства. Варто окремо розглянути ці історії, шукати центральних персонажів, визначити ключові події — одним словом, зрозуміти логіку та послідовність розповіді. Далі необхідно продумати структуру кожної з частин-історій: почати з розмови з героєм або з репортажу на заводі, перейти на аналітику і статистику, представити серію інтерв'ю з проблеми, або ж збудувати все навпаки. У підсумку всі історії необхідно зібрати в єдину концепцію. Концепцією матеріалу може бути велика колійна історія із зупинками в містах — приклад лінійного сюжету. Іншим варіантом концепції може бути «книга» з главами — нелінійний сюжет. Як би там не було, тема настільки масштабна, що в лонгріді точно буде потрібен навігаційний бар, за допомогою якого читач зможе з ній орієнтуватися. Таким чином, логіку матеріалу та послідовність його викладу варто виражати в своєрідному плані із зазначенням головних пунктів тимчасового перебування.

#### *Висновки*

Узагальнюючи практику створення лонглідів важливо виходити з принципу: історія — сюжет — логіка — послідовність — структура. Як правило, тема розкривається логічно впорядкованою та послідовно викладеною історією, при чому логіка й послідовність зумовлюють структуру матеріалу. Особливо цього підходу вимагають масштабні теми: важливо розуміти, що центральним темотворчим елементом є проблема, герой або подія. Необхідно розкласти теми на частини та опрацювати в кожній свою логіку та структуру. Хоча останнім часом стали з'являтися і нелінійні лонгріди. Їх структура вимагає окремого ретельного опрацювання.

Поняття мультимедійного лонгріда в сучасному медіапросторі сприймається як спосіб послідовно і логічно подати тематично організований масив інформації у структурованому вигляді, із обов'язковим задіянням різних форм візуальної комунікації, технологічних прийомів представлення мультимедійного контенту та психологічних методів впливу для утримання уваги читача та сприяння легшому засвоєнню ним побаченого.

Лонгріди задіюють для висвітлення тем, про які не можна розповісти коротко, — великі та складні ідеї, історії людей, актуальні чи маловідомі речі і концепції. Завдяки специфіці формату, лонгріди дозволяють розповісти історію повністю, з усіма важливими та значущими деталями.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Балмаева, С. (2010). Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам. Екатеринбург: Гуманитарный университет.
2. Біда, О. (2016). Лонгрід — це рушниця, що вистрілює декілька разів — редактор Focus.ua. Взято з <https://ua.ejo-online.eu/3276/etyka-ta-yakist//лонгрід-це-рушниця-що-вистрілює-дек>.
3. Галустян, А., & Кульчицкая, Д. (2016). Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики. В Как новые медиа изменили журналистику: 2012–2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет. Взято з <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/>.
4. Ганжа, Л. (2014). Як «УП. Життя» робить великі мультимедійні історії. Взято з <http://redactor.in.ua/ru/practice/6317>.  
Yak\_UP\_Zhittya\_robit\_veliki\_multimediyni\_istorii.
5. Два роки після розстрілів на Євромайдані: інтерактивна мапа. (2016). Взято з [http://www.bbc.com/ukrainian/politics/2016/02/160216\\_clickable\\_shooting\\_maidan\\_anniv\\_dt](http://www.bbc.com/ukrainian/politics/2016/02/160216_clickable_shooting_maidan_anniv_dt).
6. День, когда кончилась война: Хроника событий весны 1945 года и воспоминания очевидцев. (2015). Взято из <https://www.kommersant.ru/projects/9may>
7. Иловайский ад. (2015). Взято из <http://tsn.ua/special-projects/ilovaisk/>.
8. Квіт, С. (2008). Масові комунікації. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія».
9. Колесниченко, А. В. (2015). Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе. Медиаскоп, 1. Взято из <http://www.mediascope.ru/1691>.
10. Колотилов, В. (2014). Интерактивные статьи, которые учат по-новому рассказывать истории. Взято из <http://mediakritika.by/article/2212/interaktivnyye-stati-kotorye-uchat-po-novomu-rasskazyvat-istorii>.
11. Лонгрід – це що таке? Правила створення і приклади. (2017). Взято з <https://howtoukr.ru/rzne/156425-longrid-ce-shho-take-pravila-stvorennja-i.html>.
12. Лукина, М.М. (Ред.). (2010). Интернет-СМИ: Теория и практика. Москва: Аспект Пресс.
13. Малинка, В. (2016). Встигніть у цьому році: розкішні лонгріди 2016-го. Взято з [https://ms.detector.media/web/online\\_media/vstignit\\_u\\_tsomu\\_rotsi\\_rozkishni\\_longridi\\_2016go/](https://ms.detector.media/web/online_media/vstignit_u_tsomu_rotsi_rozkishni_longridi_2016go/).
14. Місто-привид: Чим живе Прип'ять. (2016). Взято з <http://tsn.ua/special-projects/ghost/>.
15. Приходько, В. (Ред.). (2016). Україна і світ 2030: Яким буде світ через 14 років і яке місце в ньому має зайняти Україна. Взято з [https://nv.ua/ukr/project/s\\_ukraina-i-mir-2030-40005553.html](https://nv.ua/ukr/project/s_ukraina-i-mir-2030-40005553.html)
16. Ситник, О. В. (2015). Комунікативна спрямованість композиційно-графічного моделювання як складник стратегії розвитку новинних порталів. (Автореферат дисертації кандидата наук із соціальних комунікацій). Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ.

17. Что такое лонгрид? (2014). Взято из <http://sbiblioteka.blogspot.com/search?q=лонгрид>
18. Шевченко, В. (2016). Мультимедійний контент. Київ: Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
19. Шевченко, В. (Ред). (2017). Кросмедіа: контент, технології, перспективи. Київ: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
20. Що таке «лонгрид» і з чим його їдять? (2016). Взято з <https://webbuilding.com.ua/ukr/articles/long-read/>.
21. Що таке лонгриди на сайтах. (2016). Взято з <http://webstudio2u.net/ua/design-web/857-cho-takoe->.
22. Jacobson, S., Marino, J., & Gutsche, R. (2015). The digital animation of literary journalism. *Journalism*, 17 (4), 527-546. doi: 10.1177/1464884914568079.
23. Mitchell, A., Matsa, K.E., & Stocking, G. (2016). Long-Form Reading Shows Signs of Life in Our Mobile News World. Retrieved from <http://www.journalism.org/2016/05/05/long-form-reading-shows-signs-of-life-in-our-mobile-news-world>.
24. Revers, M. (2015). The augmented news beat: special structuring in a Twitterized news ecosystem. *Media, culture & society*, 37 (1), 3–18. doi: 10.1177/0163443714549085.
25. Wills, A. (2014). Timeline: The Mystery of Malaysia Airlines Flight 370. Retrieved from [https://mashable.com/2014/03/13/timeline-malaysia-airlines-flight-370/?utm\\_cid=&#9cigEmJSD8qq](https://mashable.com/2014/03/13/timeline-malaysia-airlines-flight-370/?utm_cid=&#9cigEmJSD8qq).

## REFERENCES

---

1. Balmaeva, S. (2010). *Mediakonvergentciia i multimediinaia zhurnalistika: Materialy k obuchaiushchim seminaram* [Media convergence and multimedia journalism: Materials for training seminars]. Yekaterinburg: Gumanitarnyi universitet. [In Russian].
2. Bida, O. (2016). Lonhrid — tse rushnytsia, shcho vystriliuie dekilka raziv — redaktor Focus.ua [Longrid is a shotgun that shot several times — Editor Focus.ua]. Retrieved from <https://ua.ejo-online.eu/3276/etyka-ta-yakist/лонгрид-це-рушниця-що-вистрілює-дек>. [In Ukrainian].
3. Chto takoe longrid? [What is longrid?] (2014). Retrieved from <http://sbiblioteka.blogspot.com/search?q=longrid>. [In Russian].
4. Den, kogda konchilas voina: Khronika sobytii vesny 1945 goda i vospominaniia ochevidtcev [The day the war ended: Chronicle of the events of spring 1945 and the recollections of eyewitnesses]. (2015). Retrieved from <https://www.kommersant.ru/projects/9may>. [In Russian].
5. Dva roky pislia rozstriliv na Yevromaidani: interaktyvna mapa [Two years after shooting at EuroMaydan: an interactive map]. (2016). Retrieved from [http://www.bbc.com/ukrainian/politics/2016/02/160216\\_clickable\\_shooting\\_maidan\\_anniv\\_dt](http://www.bbc.com/ukrainian/politics/2016/02/160216_clickable_shooting_maidan_anniv_dt). [In Ukrainian].
6. Galustian, A., & Kulchitckaia, D. (2016). Multimediinye longridy kak novyi format onlain-zhurnalistiki [Multimedia Longrides as a New Format for Online Journalism]. In *Kak novye media izmenili zhurnalistiku: 2012–2016* [How new media

- changed journalism: 2012–2016]. Yekaterinburg: Gumanitarnyi universitet. Retrieved from <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/>. [In Russian].
7. Hanzha, L. (2014). Yak “UP. Zhyttia” robyt velyki multymediini istorii [As “UP. Life” makes great multimedia stories]. Retrieved from [http://redactor.in.ua/ru/practice/6317.Yak\\_UP\\_Zhittya\\_robit\\_veliki\\_multymediyni\\_istorii](http://redactor.in.ua/ru/practice/6317.Yak_UP_Zhittya_robit_veliki_multymediyni_istorii). [In Ukrainian].
  8. Ilovaiskii ad [Ilovaisky hell]. (2015). Retrieved from <http://tsn.ua/special-projects/ilovaisk/>. [In Russian].
  9. Jacobson, S., Marino, J., & Gutsche, R. (2015). The digital animation of literary journalism. *Journalism*, 17 (4), 527-546. doi: 10.1177/1464884914568079. [In English].
  10. Kolesnichenko, A.V. (2015). Dlinnye teksty (longridy) v sovremennoi rossiiskoi presse [Long texts (longrides) in the modern Russian press]. *Mediascope*, 1. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/1691>. [In Russian].
  11. Kolotilov, V. (2014). Interaktivnye stati, kotorye uchat po-novomu rasskazyvat istorii [Interactive articles that teach new stories to tell]. Retrieved from <http://mediakritika.by/article/2212/interaktivnye-stati-kotorye-uchat-po-novomu-rasskazyvat-istorii>. [In Russian].
  12. Kvit, S. (2008). *Masovi komunikatsii* [Mass communications]. Kyiv: Publishing House “Kyiv-Mohyla Academy”. [In Ukrainian].
  13. Lonhrid — tse shcho take? Pravyla stvorennia i pryklady [Longrid is what? Creation rules and examples]. (2017). Retrieved from <https://howtoukr.ru/rzne/156425-longrid-ce-shho-take-pravila-stvorennya-i.html>. [In Ukrainian].
  14. Lukina, M. M. (Ed.). (2010). *Internet-SMI: Teoriia i praktika* [Internet media: Theory and practice]. Moscow: Aspekt Press. [In Russian].
  15. Malynka, V. (2016). Vstyhnut u tsomu rotsi: rozkishni lonhrydy 2016-ho [Make it this year: the magnificent longrides of 2016]. Retrieved from [https://ms.detector.media/web/online\\_media/vstignit\\_u\\_tsomu\\_rotsi\\_rozkishni\\_longridi\\_2016go/](https://ms.detector.media/web/online_media/vstignit_u_tsomu_rotsi_rozkishni_longridi_2016go/). [In Ukrainian].
  16. Misto-pryvvd: Chym zhyve Prypiat [Ghost Town: What is Pripjat Living?] (2016). Retrieved from <http://tsn.ua/special-projects/ghost/>. [In Ukrainian].
  17. Mitchell, A., Matsa, K.E., & Stocking, G. (2016). Long-Form Reading Shows Signs of Life in Our Mobile News World. Retrieved from <http://www.journalism.org/2016/05/05/long-form-reading-shows-signs-of-life-in-our-mobile-news-world>. [In English].
  18. Prykhodko, V. (Ed.). (2016). Ukraina i svit 2030: Yakym bude svit cherez 14 rokov i yake mistse v nomu maie zainiaty Ukraina [Ukraine and the world 2030: What will be the world in 14 years and what place in it should occupy Ukraine]. Retrieved from [https://nv.ua/ukr/project/s\\_ukraina-i-mir-2030-40005553.html](https://nv.ua/ukr/project/s_ukraina-i-mir-2030-40005553.html). [In Ukrainian].
  19. Revers, M. (2015). The augmented news beat: special structuring in a Twiterrized news ecosystem. *Media, culture & society*, 37 (1), 3-18. doi: 10.1177/0163443714549085. [In English].
  20. Shcho take “lonhryd” i z chym yoho yidiat? [What is “Longrid” and what does it eat?] (2016). Retrieved from <https://webbuilding.com.ua/ukr/articles/long-read/>. [In Ukrainian].
  21. Shcho take lonhrydy na saitakh [What are longrides on websites]. (2016). Retrieved from <http://webstudio2u.net/ua/design-web/857-cho-takoe->. [In Ukrainian].

22. Shevchenko, V. (2016). *Multymediinyi content* [Multimedia content]. Kyiv: Institute of Journalism of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. [In Ukrainian].
23. Shevchenko, V. (Ed). (2017). *Krosmedia: kontent, tekhnolohii, perspektyvy* [CrossMedia: content, technology, perspectives]. Kyiv: Department of multimedia technologies and media design of the Institute of Journalism of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. [In Ukrainian].
24. Sytnyk, O. V. (2015). *Komunikatyvna spriamovanist kompozytsiino-hrafichnoho modeliuвання yak skladnyk stratehii rozvytku novynnykh portaliv* [The communicative orientation of compositional-graphic modeling as a component of the strategy of development of news portals]. (Extended abstract of candidate's thesis). Institute of Journalism of the Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv. [In Ukrainian].
25. Wills, A. (2014). Timeline: The Mystery of Malaysia Airlines Flight 370. Retrieved from [https://mashable.com/2014/03/13/timeline-malaysia-airlines-flight-370/?utm\\_cid=#9cigEm\]SD8qq](https://mashable.com/2014/03/13/timeline-malaysia-airlines-flight-370/?utm_cid=#9cigEm]SD8qq). [In English].