

УДК 007:304:659.3

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.4\(44\).8](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.4(44).8)

Т. Ю. Василюк

аспірантка

e-mail: tsamonjuk@ukr.net, ORCID: 0000-0002-4887-233X

Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000, Україна

ЛОНГРИД: СПЕЦИФІКА ПОДАЧІ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМК

Мета дослідження – простежити особливості побудови лонгриду в українських медіа на конкретних прикладах.

Методологія дослідження. У ході дослідження використано методи аналізу та синтезу, контент-аналізу, спостереження, опитування. За допомогою контент-аналізу відібрано матеріали, опрацьовано зміст лонгридів, первинних і вторинних документальних елементів, які лягли в їх основу, встановлено, що найчастіше журналісти будують лонгриди як інтерв'ю та репортажі. За допомогою експертного опитування окреслено особливості та перспективи лонгриду.

Результати. У статті проаналізовано особливості способу подачі мультимедійних історій у форматі лонгрида в українських ЗМІ. Зосереджено увагу на журналістському інструментарії для створення лонгридів, первинних і вторинних структурних елементах, якими наповнюються матеріали, теми, на які найчастіше пишуть у формі лонгрида. Встановлено, що українським лонгридам притаманні видовищність і яскравість змісту, спостерігається тенденція використання тексту, фото, рідко відео й інфографіки.

Проаналізовано низку лонгридів з усеукраїнських ЗМК і зроблено висновок, що вони мають різні структурні елементи, такі як: слайд-шоу, аудіоподкасти, відео, фонові зображення до кожного розділу, активні стрілки для зручного перегляду, діючі посилання на додатковий матеріал. Звукові елементи створюють ефект присутності реципієнта (як у репортажі). Кожен може перепостити цей матеріал у власний профіль у соціальних мережах Фейсбук та Твіттер.

Наукова новизна. Проаналізовано особливості лонгридів на сайтах «1+1», «Focus.ua», «The Ukrainians»; інструменти, які використовують журналісти для їх створення; прогнози теоретиків і практиків журналістів щодо розвитку лонгрида.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані під час подальшого вивчення кросмедійної, конвергентної, мультимедійної та ноомедійної журналістики.

Ключові слова: модифіковані жанри, лонгрид, гіперпосилання, слайд-шоу, інтерактивна мапа.

I. Вступ

Особливим проявом запровадження сучасних інформаційних технологій у медійному просторі стало виникнення такого формату подачі матеріалу, як лонгрид. Дослідження його особливостей, трансформації, інструментарію й перспектив розвитку в епоху візуалізації є як ніколи важливим.

У форматі лонгриду часто подають репортажі, але сам лонгрид усе-таки не є репортажем. Про це йдеться в працях М. Василенка, Р. Вербового, В. Виноградова, Л. Дускаєва, М. Кіма, Г. Мельника, В. Олешко, А. Тертичного, В. Ярошенко та ін. Зокрема, Р. Вербовий зазначає, що основною формою вияву сторітелінгу в нових медіа є лонгрид, проте не варто ототожнювати ці поняття, бо якісний сторітелінг зараз часто використовують у пресі [2, с. 83–90]. Учені М. Булаєва, А. Галустян, Д. Кульчицька також вважають лонгрид форматом, оскільки в ньому можуть знайти відображення різні жанри (репортаж, нарис, розслідування) [11, с. 149]. Дослідниця типології вебжанрів І. Мацішина лонгрид називає самостійною формою мультимедійної журналістики [11]. Науковці О. Градюшко, О. Колесніченко, М. Менчер ставлять лонгрид у ряд аналітичних жанрів, проводять аналогію зі статтею [5, с. 192–197]. Усе це свідчить про доцільність подальших досліджень і актуальність цієї статті.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – простежити особливості побудови лонгриду в українських медіа на конкретних прикладах.

У ході дослідження використано методи аналізу та синтезу, контент-аналізу, спостереження. За допомогою контент-аналізу відібрано матеріали, опрацьовано зміст лонгридів, первинних і вторинних документальних елементів, які лягли в їх основу, встановлено, що найчастіше журналісти будують лонгриди як інтерв'ю та репортажі. За допомогою експертного опитування окреслено особливості та перспективи лонгриду.

III. Результати

Специфіка формування інформаційного суспільства та активний розвиток технічних засобів змінили комунікаційний процес. Стрімкий темп розвитку інноваційних технологій сьогодні зумовлює істотні зміни в системі ЗМК: від інформування аудиторії перейшли в процес комунікування; активно використовують мультимедійну компоненту. Ці процеси в медіа сприяють і появі нових жанрових форм (вебогляд, лонгрид, стрічка заголовків, стрим, подкаст тощо), що вносять зміни у формати професійних стандартів журналістики, власне, написання текстів.

На мультимедійних платформах є можливість поєднувати у структурі одного матеріалу різні жанрові компоненти.

Створення лонгридів на своїх сайтах сьогодні є трендовим явищем. Варто наголосити, що не завжди в редакціях та у медійників зокрема є розуміння цього терміна та місяця застосування цієї жанрової форми.

Лонгрид – новий формат подачі текстової інформації в мережевих медіа. Коли віртуального тексту багато, його розбивають візуалізацією: відео, фото, інтерактивними картинками, цитатами, виносками, інфографікою, тому лонгриди іноді схожі на таку собі інтерактивну карту. Науковці ще не сформували загальноприйнятого визначення лонгриду, тому що ця форма подачі інформації нещодавно виникла й динамічно розвивається, проте із часом вона дістане свою наукову дефініцію.

Дослідниця Л. Василик стверджує, що це «новий формат подачі текстової інформації в інтернеті. Коли віртуального тексту багато, його розбивають різними вставками: роликами, презентаціями, інтерактивними картинками, цитатами, виносками» [10].

Лонгрид почали створювати американські медіа. Це були великі текстові матеріали на сайтах, для прочитання яких потрібно було більше часу, ніж для традиційних журналістських. Першим у світі лонгридом вважають «Снігопад» («Snowfall»), який вийшов у світ у 2012 р. в «The New York Times».

Дослідники І. Крецу, М. Гузун, Л. Василик називають обов'язкові компоненти лонгриду: текст з гіперпосиланнями, фото, відео або аудіо, без яких не обходиться жодна мультимедійна історія, а також другорядні: слайд-шоу, інфографіку, карикатуру, інтерактивні форми (голосування, коментарі, рейтинги) [10].

Практикують найчастіше подачу матеріалів у формі лонгридів інтернет-видання «Українська правда», «The Ukrainians», «Focus.ua», вебсайт телеканалу «1+1».

Редактори сайту телеканалу «1+1», на нашу думку, створюють і публікують якісні та оригінальні лонгриди, цікаві й легкі для сприйняття читачами. У рубриці «Спецпроекти» представлені лонгриди на різні теми. Редакція сайту дає можливість кожному користувачу осягнути різні теми: побувати за лаштунками київського метро, почути звуки з різних куточків України, побачити унікальні кадри Прип'яті та Чорнобиля з дрона, переглянути добірку муралів столиці, перечитати історії нескорених і сильних духом героїв АТО тощо. Проаналізувавши низку лонгридів із цього ресурсу, можна сказати, що редакція намагається використовувати різні ефекти, засоби, способи побудови матеріалів, спостерігається авторський креативний підхід до кожного лонгриду. Наприклад, лонгрид «Звуки космосу» [7] включає фонові заставки для кожної переглянутої сторінки; аудіоподкасти до кожного розділу тексту з можливістю для читачів завантажувати й поширити у власних профілях; активну стрілку швидкого повернення до початку матеріалу, а також посилання на додатковий матеріал з теми.

Інформація побудована в слайд-режимі, яким керує сам читач, сприймається легко та цікаво, звукові елементи створюють ефект присутності реципієнта (як у репортажі). Кожен може перепостити цей матеріал у свій профіль у соціальних мережах Фейсбук та Твіттер.

Ще один лонгрид – «Залаштунки київського метро» [6]. Він побудований з першої сторінки на перегляді відео. Далі автор наводить історичні факти, коментарі, які сприймаються та запам'ятовуються легко; використовує фотографії, багато відео з дрону, гіперлінки на додаткові матеріали, врізки та виділення тексту, інфографіку, слайд-шоу, інтерактивну карту; кожна сторінка має фотофон; є можливість перепостити на свою сторінку в соцмережі. Загалом цей лонгрид має ознаки як репортажу, так і нариса.

Лонгрид «Зона відчуження» [8] про Чорнобильську катастрофу поділений на частини, які є інтерактивною картою. Кожна із частин матеріалу має окрему назву, відкривається в новій вкладці. Перша частина – відеоматеріал, знятий з дрона, доповнений текстом. Друга частина лонгриду побудована у вигляді віртуальної подорожі, якою керує читач. Третя – поданий автором матеріал за допомогою інфографіки та відеосюжетів. Наступний елемент лонгриду – мапа замірів радіації, розроблена спеціально редакцією. Щоб переглянути радіаційний фон, читач

може скористатися масштабуванням мапи та обрати точку, яка цікавить. Таким чином, можна простежити динаміку радіаційних перепадів. П'ята частина лонгриду – фоторепортаж. Автор матеріалу, використавши світлини агенства Reuters, запропонував унікальні знімки дикої природи зони відчуження, де потроху почало відроджуватися життя. Завершується лонгрид аудіо – у формі відлуння з катастрофи, яке озвучує останню частину матеріалу, також розповідь містить слайд-шоу, фотографії, текст та відео.

Лонгрид за обсягом великий, містить багато інформації, поданої в різних форматах, побудований автором у вигляді окремих частин, які можуть існувати самостійно. Читач різними способами споживання інформації має змогу зрозуміти та проаналізувати порушену тему.

Ресурс «Focus.ua» теж практикує використання лонгридів. Редактор видання сайту М. Кригель розмірковує над уявленням різних типів читачької аудиторії про лонгрид: «Для одних – це все, що довше напишу на паркані. А для інших лонгрид – те, що довше “Іліади”» [1]. Тут цікаво проводити паралель і порівнювати особливості лонгрида з такими жанрами, як інтерв'ю та репортаж.

Наприклад, в одному з лонгридів на сайті «Focus.ua» «Сотворение словян» [15] автор матеріалу О. Струк, власне, і подає цей лонгрид у жанрі інтерв'ю: розмова з археологом-славистом Є. Синицею про те, що робить слов'ян слов'янами, звідки беруться міфи про наших предків і чому варто привчати себе до фрази «не знаю». Формат побудови тексту «питання-відповідь» розбивають фотографії та фотогалерея, інфографіка, графічні врізки по тексту. Тема є цікавою та актуальною, великий обсяг текстової інформації сприймається легше завдяки згаданим елементам структури тексту.

Ще одним прикладом лонгрид-репортажу є матеріал «Потеряний дом» журналіста Ю. Радченко. Автор на першій сторінці матеріалу подає заголовок, лід та активний гіперлінк-стрілку на перегляд усього матеріалу. Журналіст використовує у своєму лонгриті текстові виділення, «врізки», робить художні фотопортрети героїв публікації. Порушуючи тему безхатків, поєднує елементи жанрів інтерв'ю та репортажу.

Започаткований у травні 2014 р. проєкт «The Ukrainians» (онлайн-журнал про українців, ініціативу та відповідальність) побудований на лонгрид-інтерв'ю. На думку Т. Прокопишина, керівника проєкту, популярність довгих текстів пояснюється тим, що аудиторії потрібно не лише прочитати про подію, що відбулася: читач дедалі частіше хоче стати учасником і розглядати те, про що читає, як свою життєву історію [13].

Для прикладу – лонгрид-інтерв'ю «(Не)прості перемоги»: розмова з керівниками проєктів БФ «Право на захист» про те, як допомагають тим, кого цурається держава. Якщо більш детально – це серія публікацій, присвячених не завжди легким, але вкрай потрібним процесам зміцнення та розбудови громадянського суспільства на Донбасі [3].

Журналістка А. Вишницька порушує тему, близьку багатьом людям. Матеріал містить фото, графічні елементи, врізки, кольорові виділення тексту, онлайн-мапу – усе це робить лонгрид простішим для сприйняття.

Якщо говорити, що лонгрид є способом подачі такого жанру, як репортаж, то підтвердженням цієї тези може бути рубрика «Репортажі» на сайті «The Ukrainians». Лонгрид «Очі війни» О. Омелянчук подає у форматі репортажу: розповіді, враження, думки, емоції, страхи, спогади журналістів, котрі працюють на передовій, їхні роздуми про те, чи варто змінювати мікрофон на кулемет. Якби великий обсяг інформації було подано лише текстом чи декількома фотографіями, його прочитали б одиниці. Матеріал містить елементи, які створюють «ефект присутності» кожного читача [12].

Мінімалістичний інтерфейс на лонгридах призначений для того, щоб ніщо не відволікало реципієнта від читання публікації. У такій концепції поширюється інформаційний продукт у різних форматах: аудіо, відео, текст, інфографіка [10, с. 26].

Також необхідно зазначити, що над якісним лонгридом працює не лише один журналіст, а й фотограф, відеограф, фахівці з інфографіки, відеомонтажер, аудіорежисер. До того ж створити справжній лонгрид протягом 1–3 днів неможливо – над ним треба працювати не одній людині та не один день.

Перш ніж розпочати створювати лонгрид, потрібно знати, що найбільше цікавить читачів, які теми є найбільш актуальними. Під час проведеного нами експертного опитування кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка факультету філології та журналістики ТНПУ ім. В. Гнатюка Г. Синоруб зазначила, що, на її думку, найцікавішими темами є такі: історія людини – портрет або нарис; історична подія, яка має відгуки сьогодні; есей, коли певна подія пропущена крізь призму власного бачення автора. Багато ми бачимо лонгридів у формі фотопроектів: матеріали, які мають резонансне значення, містять значущу інформацію.

Основні платформи, на яких можна створювати лонгриди: readymag.com, medium.com та tilda.cc. Вони дають змогу швидко й доволі просто створити, зверстати матеріал, втіливши своє бачення.

Отже, такий спосіб подачі інформації, як лонгрид, передбачає використання нескладних мовних конструкцій; містить коментарі спеціалістів, експертів; має бути баланс думок; візуалізація повинна посідати чільне місце; ЗМК повинен мати власний стиль лонгридів і чітко усвідомлювати, для чого вони створені.

Великі тексти можна розвантажити відео, аудіоподкастами, фоновою музикою, інтерактивною інфографікою – всім, що втримує увагу читачів якнайдовше. Але не варто забувати про головне в лонгриді – яскраву та захопливу історію. До речі, мистецтво створення лонгридів називають мультимедійним сторітелінгом.

Так, Г. Синоруб зауважує, що для того, щоб мотивувати сучасну аудиторію ознайомитися з медійною історією, варто створити контент у такому форматі, який буде цікавим, привабливим та враховуватиме психологічні особливості людей (візуальні, аудіальні, кінестетичні) Одним з ефективних способів подачі журналістського матеріалу є лонгрид, який може містити вербальний, зображальний, відеоконтент тощо. Також дослідниця наголошує, що лонгрид характеризується повнотою (структурні компоненти: відео, фото, текст, інфографіка – доповнюють один одного, створюючи цілісну історію) та оригінальністю контенту (зазвичай це копірайт, що має свою творчу, оригінальну родзинку, яка приваблює аудиторію). «Мінусом» є те, що створення лонгриду вимагає значних ресурсів та часу.

Про перспективність цього способу подачі матеріалу говорять багато дослідників-теоретиків та журналістиків-практиків.

Крім того, Г. Синоруб вважає, що лонгрид є одним із найперспективніших різновидів тематичного контенту в сучасній та майбутній журналістиці. Це не лише історія, яка зацікавлює, привертає увагу читача, а й формат, який завдяки вподобанням, коментарям, поширенням його аудиторією збільшує обсяг трафіку, відзначається пріоритетністю в пошуковиках, а це, у свою чергу, призводить до зростання доходів для ньюзрумів.

Інший опитаний нами експерт – журналіст медіасервісу «Lviv.com» Т. Павліченко звертає увагу на таке: коли розглядати українські медіа, то справді якісних робіт такого типу є небагато – лонгрид вимагає роботи як мінімум чотирьох спеціалістів (репортер, фотограф, верстальник, ілюстратор), тоді як багато редакцій досі послуговуються «універсальними» журналістами. Це суттєво позначається на якості подачі історії. Хоча сам формат в Україні популярний, ним користуються багато медіа, які працюють з репортажами (особливо мандрівна тематика) та інтерв'ю.

Також журналіст акцентує на тому, що аудиторії цікаві великі історії, читачі радо витратять час, щоб почитати/подивитись на чийсь життя (бо у 80% лонгридів завжди є персона оповідача або головний персонаж). Та зараз найперша перепона для їхнього розвитку, яку бачить Т. Павліченко, це відсутність фінансування. Завжди є спокуса додати фотографу роботу з відео, а верстальнику – ілюстрації та інфографіку. Або взагалі залишити все репортеру. Один професіонал може зробити добрий лонгрид. Та в команді результат роботи в рази кращий, переконаний Т. Павліченко.

IV. Висновки

Швидкий темп розвитку інформаційних технологій, потужні мобільні гаджети, нові вебінструменти роблять лонгриди такими, які ми можемо зараз читати на багатьох ресурсах. Найчастіше – це історії з актуальною інформацією, оригінальними графічними елементами, незвичайними ракурсами фотографії, цікавою інфографікою, анімацією, виділеними врізками по тексту, які гармонійно доповнюють одне одного та мають своє навантаження. Часто лонгриди подані в жанрових формах інтерв'ю та репортажів чи в поєднанні жанрів. Найбільше мають елементів жанрів репортажу та інтерв'ю.

Дослідники по-різному тлумачать поняття «лонгрид». На нашу думку, це формат подачі матеріалу в інтернет-журналістиці, який включає первинні (текст, фото, відео) та вторинні елементи (інфографіка, аудіофайли, інтерактивні карти, мапи, презентації тощо), синтезує жанрові форми інтерв'ю й репортажу.

Українським лонгридам властива яскравість змісту та побудови матеріалу, простежується однотипність у використанні інструментів – найчастіше це текст, фото, рідше відео та інфографіка.

Проаналізувавши лонгриди в українських ЗМК, можна підсумувати, що автори використовують різні мультимедійні засоби, посилання на додаткові матеріали, першоджерела, модулі із закликом вподобати чи зробити репост.

Автори лонгридів часто до тексту додають аудіоефекти, які емоційно навантажують читачів. Підготовка лонгриду потребує глибокого аналізу, багато часу на продумування теми чи проблеми. Але завдяки мультимедійним засобам та оригінальній авторській подачі сприймається великий обсяг інформації легше та запам'ятовується читачами краще. За опитуванням науковців та практиків можемо зробити висновок, що лонгрид у перспективі розвиватиметься, тож потребують уваги науковців технічні шляхи вдосконалення такого способу подачі журналістського матеріалу.

Список використаної літератури

1. Біда О. Лонггрід – це рушниця, що вистрілює кілька разів – редактор Focus.ua. URL: <https://ua.ejo-online.eu/3276/etyka-ta-yakist/%D0%BB%D0%BE%D0%BD%D0%B3%D1%80%D1%96%D0%B4-%D1%86%D0%B5-%D1%80%D1%83%D1%88%D0%BD%D0%B8%D1%86-%D1%8F-%D1%89%D0%BE-%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D1%96%D0%BB%D1%8E%D1%94-%D0%B4%D0%B5%D0%BA> (дата звернення: 22.08.2020).
2. Вербовий Р. Інструментарій створення мультимедійного контенту. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна монографія / за ред. В. Шевченко. Київ : ін-т журналістики Київського нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
3. Вишницька А. (Не)прості перемоги. URL: <https://theukrainians.org/ne-prosti-peremogy/> (дата звернення: 22.08.2020).
4. Горошко Е., Полякова Т. К построению типологии жанров социальных медиа. *Жанры речи*. 2015. № 2 (12). С. 119–127.
5. Градюшко А. Современные мультимедийные форматы аналитических жанров журналистики. *Журналістыка у суладдзі з жыццём* : зб. навук. прац / пад агул. рэд. В. П. Вараб'єва. Мінск : БДУ, 2016. С. 192–197.
6. Залаштунки київського метро. URL: <https://tsn.ua/special-projects/subway/> (дата звернення: 22.08.2020).
7. Звуки космосу. URL: <https://tsn.ua/special-projects/soundofuniverse/> (дата звернення: 22.08.2020).
8. Зона відчуження. URL: <http://tsn.ua/special-projects/chernobylzone/> (дата звернення: 22.08.2020).
9. Крещу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing House, 2015. URL: https://www.academia.edu/19631816/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%B7_%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%81_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0_Schiller_Publishing_Youse_Bonn_Germany_Sib%D1%96u_Romania_Sib%D1%96u_Strada_Mitropoliei_30 (дата звернення: 22.08.2020).
10. Крещу І., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Bonn, Germany ; Sibiu, Romania : Schiller Publishing Youse, 2015. 140 с.
11. Мацишина І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонггріду). *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* : колективна монографія / за заг. ред. д-ра наук. із соц. ком. В. Е. Шевченко. Київ, 2017. 234 с.
12. Омелянчук О. Очі війни. URL: <https://theukrainians.org/ochi-vijny/> (дата звернення: 22.08.2020).
13. Павліченко Т. Лонггріди – об'ємний вимір довгих текстів в інтернет-просторі. Live long and prosper! URL: <https://www.mediakrytyka.info/novi-tehnologii-media/live-long-and-prosper.html> (дата звернення: 22.08.2020).
14. Смутко А. Бери й пиши: як створити мультимедійний текст у форматі longread. URL: <https://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/> (дата звернення: 22.08.2020).
15. Струк О. Сотворение словян. URL: <https://focus.ua/long/391942/> (дата звернення: 22.08.2020).

References

1. Bida, O. Longgrid – ce rushnycja, shho vystriljuje ekiljka raziv – redaktor Focus.ua [Longgrid is a rifle that fires several times – the editor of Focus.ua]. Retrieved from <https://ua.ejo-online.eu/3276/etyka-ta-yakist/longhrid-ce-rushnycja-shho-vystriljuje-dek> [in Ukrainian].
2. Verbovyj, R. (2017). Instrumentarij stvorennja muljtymedijnogho kontentu [Tools for creating multimedia content]. Shevchenko, V. (Ed.). Krosmedia: kontent, tekhnologhiji, perspektyvy (kolektyvna monoghrafija). Kyiv: In-t zhurnalistyky Kyjivsjkogho nac. un-tu im. Tarasa Shevchenka [in Ukrainian].
3. Vyshnycjka, A. (Ne)prosti peremoghy [(Not)simple victories]. Retrieved from <https://theukrainians.org/ne-prosti-peremogy/> [in Ukrainian].
4. Ghoroshko, E., & Poljakova, T. (2015). K postroeniju tipologii zhanrov social'nyh media [Towards a typology of social media genres]. *Zhanry rechi*, 2(12), 119–127 [in Russian].
5. Ghradjushko, A. (2016). Sovremennye mul'timedijnye formaty analiticheskikh zhanrov zhurnalistiki [Modern multimedia formats of analytical journalism genres]. *Zhurnalistyka u suladdzi z zhyccem*: zb. navuk. prac. Minsk: BDU [in Russian].
6. Zalashunktjky kyjivsjkogho metro [Backstage of the Kyiv metro]. Retrieved from <http://tsn.ua/special-projects/subway/> [in Ukrainian].
7. Zvuky kosmosu [Sounds of space]. Retrieved from <http://tsn.ua/special-projects/soundofuniverse/> [in Ukrainian].
8. Zona vidchuzhennja [Exclusion zone]. Retrieved from <http://tsn.ua/special-projects/chernobylzone/> [in Ukrainian].
9. Krecu, I. N., Ghuzun, M., & Vasylyk, L. (2015). Pidruchnyk z kros-media [A textbook on cross-media]. Schiller Publishing House. Retrieved from <https://www.academia.edu/>

- 19631816/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%B7_%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%81_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0_Schiller_Publishing_Youse_Bonn_Germany_Sib%D1%96u_Romania_Sib%D1%96u_Strada_Mit ropoliei_30 [in Ukrainian].
10. Krecu, I., Ghuzun, M., & Vasylyk, L. (2015). Pidruchnyk z kros-media [A textbook on cross-media]. Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. *Schiller Publishing Youse*, 140 [in Ukrainian].
11. Macyshyna, I., & Shevchenko, V. (2017). Struktura multimedijnogho storitelinghu (na prykladi longhridu) [The structure of multimedia storytelling (on the example of a long grid)]. *Krosmedia: kontent, tekhnologhiji, perspektyvy*. Kyiv [in Ukrainian].
12. Omeljjanчук, O. Ochi vijny [Eyes of war]. Retrieved from <https://theukrainians.org/ochi-vijny/> [in Ukrainian].
13. Pavlichenko, T. Lonhridy – obiemnyi vymir dovhykh tekstiv v internet-prostori [Longrides are a three-dimensional measurement of long texts on the Internet]. *Live long and prosper!* Retrieved from <http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/live-long-and-prosper.html> [in Ukrainian].
14. Smutko, A. Bery j pyshy: jak stvoryty multimedijnyj tekst u formati longread [Take and write: how to create multimedia text in longread format]. Retrieved from <https://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/> [in Ukrainian].
15. Struk, O. Sotvorennye slovjan [Creation of slavs]. Retrieved from <https://focus.ua/long/391942/> [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 19.08.2020.

Received 19.08.2020.

Vasyliuk T. Longread: the Specific of Presenting Materials in the Ukrainian Media

The purpose of the research is to identificate the peculiarities of the construction of the longread in the Ukrainian media.

Research methodology. *The research used methods of analysis and synthesis, content analysis, observation, and survey. With the help of content analysis, materials were selected, the content of longreads, primary and secondary documentary elements, which became the basis of longreads, was processed, it was found that most often journalists build longreads as interviews and reports. With the help of an expert survey, the features and prospects for the longread were identified.*

Results. *The article analyzes the features of the method of presenting multimedia stories in longread format in the Ukrainian media. Attention is focused on journalistic tools for creating a longread, primary and secondary structural elements that fill materials, topics that are most often written in the form of a longread. It has been established that Ukrainian longreads are characterized by entertainment and brightness of content; there is often a tendency to use text, photos, rarely videos and infographics.*

A number of longreads from all-Ukrainian media were analyzed and it was concluded that they have different structural elements, such as: slide shows, audio podcasts, videos, background images for each section, active arrows for easy viewing, valid links to additional material. Sound elements create the effect of the presence of the recipient (as in a reportage). Everyone can repost this material to their own profile on social networks, such as Facebook and Twitter.

Novelty. *The scientific novelty of this research includes analysis of the following: features of the longreads published on the 1+1, Focus.ua, The Ukrainians web sites; the tools journalists use to create them; the predictions of theorists and practicing journalists about the future development of the longread.*

Practical significance. *The research results can be used in further study of cross-media, convergent, multimedia and noomedy journalism.*

Key words: *modified genres, longread, hyperlink, slide show, interactive map.*

Васильюк Т. Ю. Лонгрид: специфика подачи материалов в украинских СМИ

Цель исследования – проследить особенности построения лонгрида в украинских медиа на конкретных примерах.

Методология исследования. *В ходе исследования использованы методы анализа и синтеза, контент-анализа, наблюдения, опроса. С помощью контент-анализа отобраны материалы, обработано содержание лонгридов, первичных и вторичных документальных элементов, которые стали основой лонгридов, установлено, что чаще всего журналисты строят лонгриды как интервью и репортажи. С помощью экспертного опроса обозначены особенности и перспективы лонгрида.*

Результаты. *В статье проанализированы особенности способа подачи мультимедийных историй в формате лонгрида в украинских СМИ. Сосредоточено внимание на журналистском инструментарии для создания лонгрида, первичных и вторичных структурных элементах, которыми наполняют материалы, темы, на которые чаще всего пишут в фор-*

ме лонгрида. Установлено, що українським лонгридам присущи зрелищность и яркость содержания, часто наблюдается тенденция использования текста, фото, редко видео и инфографики.

Проанализирован ряд лонгридов из всеукраинских СМК и сделан вывод, что они имеют разные структурные элементы, такие как: слайд-шоу, аудиоподкасты, видео, фоновые изображения к каждому разделу, активные стрелки для удобного просмотра, действующие ссылки на дополнительный материал. Звуковые элементы создают эффект присутствия реципиента (как в репортаже). Каждый может перепостить этот материал в собственный профиль в социальных сетях Фейсбук и Твиттер.

Научная новизна. Проанализированы особенности лонгридов на сайтах «1+1», «Focus.ua», «The Ukrainians»; инструменты, которые используют журналисты для их создания, и прогнозы теоретиков и практикующих журналистов относительно развития лонгрида.

Практическое значение. Результаты исследований могут быть использованы в ходе дальнейшего изучения кроссмедийной, конвергентной, мультимедийной и ноомедийной журналистики.

Ключевые слова: модифицированные жанры, лонгрид, гиперссылка, слайд-шоу, интерактивная карта.