

ня популярності цього виду медіа. Якість впливу представленого у лонгріді контенту на аудиторію визначається доцільністю використання засобів візуалізації відповідно до характеру інформації, отже, текстові блоки в лонгрідах часто супроводжують зображеннями, відеороликами, інфографікою, презентаціями, музикою, інтерактивні елементи становлять повноцінну частину викладу [22]. Наприклад, текст розповіді перериває відеоролик, здатний викликати сильніший емоційний відгук на запропоновану тему, чи інфографіка для легшого засвоєння статистичної інформації. Після цього seo-текст продовжується без втрати уваги читача.

Захоплюючи аудиторію різноманітністю подання матеріалу, лонгрід може бути глибоко аналітичним, розкривати тему гостросоціальної, трендової, актуальної для певної галузі або такої, що потребує популяризації.

Зауважимо, що лонгрід є не жанром, а форматом, тобто способом побудови й представлення інформації, формою її викладу. Особливість полягає в тому, що в лонгріді можуть знайти втілення різноманітні 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. Цей формат популярний в українських ЗМІ. Серед таких матеріалів чимало відомих, наприклад "Історія Євромайдану. Хроніка української революції", "Іловайське пекло", "Історія Гогольфест", "Машиністи часу, або Назад в майбутнє" та ін.

*Реконструкція* — це справжня аналітика. Автор зазвичай описує та аналізує ланцюг певних подій, що призведуть до певного результату. У реконструкції важливу роль відіграють музичний супровід, відеоряд і 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 залучають різноманітні мультимедійні засоби взаємодії з користувачем для розкриття особистості героя, персонажа чи навіть пісні ("Bohemian Rhapsody. Мама, цій пісні 40 років"). В українських ЗМІ цей жанр доволі популярний. Серед відомих портретних лонгвідів виокремимо "In Memoiriam. 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 лонгвідів для представлення вибірок чи топів, наприклад "100 блогерів України: лонгвід", "Всесвіт "Зоряних воєн", "Україна і Європачення: як наші конкурси підкорювали" тощо. З-поміж них є навіть лонгріди про лонгріди ("15 найкращих лонгвідів 2015 — ТСН", "Встигніть у цьому році: розкішні лонгвідів 2016-го").

Лонгріди не обов'язково присвячені гострим політичним і соціальним темам, але переважно саме вони викликають найбільший суспільний резонанс. Як зазначалося, зазвичай лонгвід не журналістський матеріал, а особливий формат веб-публішингу, дизайнерської демонстрації матеріалу. Цей підхід повністю виключає семантичні особливості тексту та його підготовки, а також спрощує розуміння лонгвіду загалом. Відповідно до цієї позиції, будь-який текст можна заверстати з мультимедійними елементами та отримати якісний продукт.

Зауважимо, що створення лонгвіду пов'язано не тільки з написанням довгих текстів, а й з тривалою роботою над джерелами, кількість яких може сягати кількох десятків. Цей журналістський формат потребує ретельного опрацювання великих обсягів інформації й копіткої праці.

Лонгріди відрізняються від інших публікацій інтернет-ЗМІ особливим візуальним оформленням. Здебільшого текстовий матеріал є основним середовищем, куди в потрібних місцях підверстують мультимедійні елементи. Тривалість історії забезпечується прокруткою сторінки, при цьому відео та аудіо часто запускаються в режимі автостарту, а не за кліком.

Ще одна особливість архітекtonіки таких матеріалів — їхня багатогранність. Зазвичай вони складаються з кількох взаємопов'язаних розділів, побудованих залежно від драматургії та сюжету. Варто згадати й лінійну структуру таких матеріалів, тобто хронологічність розповіді, яку належить сприймати послідовно. Наприклад, в основі сюжету може бути дорога-подорож (як у лонгріді "ТСН" про Прип'ять "Місто-привид. Чим живе Прип'ять" [18]) або опис однієї події (лонгвід "ТСН" "Іловайське пекло" [9]). Драматургія будується навколо обставин місця або часу.

Наголосимо, що не будь-який текст із друкованих медіа можна трансформувати в матеріал для мультимедійного лонгвіду. Часто в новому форматі текстовому контенту притаманний синкретизм жанрів та низка особливостей, що відрізняє його від твору для преси. У лонгріді текстовий простір набуває багатовимірності — матеріал поділяється на основний та довідковий, який є додатковим і здатний впливати на дизайн та верстку. Наприклад, у лонгріді "Війна очима ТСН" текст розповідей журналістів подано не в лінійному порядку, а у формі інтерактивних посилань, що дає змогу читачеві самостійно обирати послідовність перегляду.

Ідеальний баланс між різноманітними аудіовізуальними й текстовими елементами полягає в тому, що жоден з елементів не має виходити на перший план, витісняючи інші. На думку канадського дослідника нових онлайн-форматів А. Ерміда, мультимедійні історії доцільно подавати у нелінійній формі, оскільки неієрархічність та інтерактивність — одні з основних принципів мультимедіа. Засоби композиційно-графічного конструювання надають публікації привабливості й зручності сприйняття.

На сучасному етапі розвитку мультимедійних технологій першочергова роль належить техніці адаптивного дизайну. Вкрай важливо, аби лонгвід не

втрачав комунікаційних характеристик як при відображенні на ПК, так і при перегляді на мобільних пристроях. Важливо передбачити специфіку мультимедійних пристроїв для здійснення інтерактивної взаємодії з користувачем та віддати пріоритет розробленню дизайну лонгвіду, приділяючи увагу, зокрема, таким нюансам, як місце розташування мультимедійного контенту, вибір шрифтів, форматування тексту.

Сьогодні є кілька способів публікації лонгвідів. У певних ситуаціях використовують ручну верстку або за допомогою інструментів CMS (системи управління контентом), в інших — публікацію через онлайн-сервіси створення лонгвідів. Вибір відповідного способу зазвичай зумовлений індивідуальними характеристиками матеріалу.

Якісному лонгріді притаманний "глибокий" і "цілісний" контент, що перебуває в полі уваги як цільової аудиторії, так і пошукових систем. При цьому він розрахований на довгострокову перспективу і дає змогу впродовж тривалого періоду після публікації отримувати переходи на сайт із пошукових систем, соціальних мереж тощо. Завдяки цьому поліпшується відвідуваність ресурсу, що сприяє його ефективнішій роботі.

Формат лонгвіду — це симбіоз тексту й аудіовізуального ряду. Технічні можливості сучасних засобів мультимедіа можуть поставити розробників перед проблемою вибору візуальних елементів для створення у читача яскравого уявлення про сюжет. Для цього потрібно оцінити візуальний потенціал історії: які елементи доцільно втілити у форматі відео, а які — передати за допомогою фотографій, де краще використовувати графіку та анімацію.

Створення лонгвіду передбачає виявлення образів у темі дослідження та добір відповідних аудіовізуальних форм їхнього втілення. Головне — витримати співвідношення формату й змісту. Зокрема, при створенні інфографіки графічний дизайнер виділяє головні образи матеріалу та працює над тим, як найкраще їх представити візуально. Наприклад, у спецпроєкті ВД "Коммерсант" "День, коли скінчилася війна" уміщено спогади десятків людей зі всього світу, які розповідають про події 8—9 травня 1945 р. [8]. Матеріал можна було опублікувати у форматі тексту з фотографіями, але загубився б його емоційний потенціал, суха вербальна інформація повноцінно не передала б переживань героїв. Втратився б масштаб викладу, що його прагли досягти автори: як люди у всьому світі відреагували на новину про кінець війни. Головні образи — "спогади героїв" і "весь світ". До першого способу підійшов формат короткого аудіоінтерв'ю з фотографіями героїв, до другого — візуалізація карти світу. На інтерактивному атласі з мультимедійними елементами не загубився емоційний складник теми і був візуально підкреслений масштаб події. Отже, образи набули доцільного, з погляду комунікації, вираження за допомогою мультимедійних інструментів — формат і зміст перебувають у чіткому співвідношенні.

Виокремимо кілька вдалих моделей доцільних аудіовізуальних форм вираження образів.

Для формату лонгвіду якнайкраще підходять теми, що мають хронологічну (лінійну) структуру.

Наприклад, подорожі, експедиції, розповідь про певну подію, що розгортається в часі в хронологічному порядку. Під час роботи з хроною основний образ — час, а найпридатніший засіб для його втілення — формат таймлайну, властивий переважно репортажним лонгрідам.

Під час роботи з географічними об'єктами головним образом є масштаб і місцевість. Найдоцільніший засіб візуалізації — інтерактивна карта. Як приклад наведемо матеріал "Тасмніці польотів Малайзійських авіаліній": Mashable [4].

Якщо розглядається подія, де важливі й хроніка, й географія, доцільним буде формат мультимедійного "гіда" з інтерактивною картою. Приклад з українського медіапростору — лонгвід "Два роки після розстрілів на Євромайдані: інтерактивна мапа": "BBC Україна" [7].

Важливим етапом створення лонгвіду є розроблення концепції викладу матеріалу, попереднє визначення жанрових характеристик і формату. Передусім визначають, у якому жанрі буде втілений основний елемент історії, тобто текст: чи це репортаж з великою кількістю наочних епізодів, нарис з акцентом на людську історію, чи 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 початку створення лонгвіду: комплекс проблем, конкретний герой або подія. У цьому разі, найімовірніше, головним виявиться комплекс проблем, пов'язаних із роботою підприємств в умовах воєнного конфлікту. Кожну з проблем можна розглянути через окрему історію конкретного міста чи підприємства. Варто визначити центральних персонажів, основні події, щоб зрозуміти логіку й послідовність розповіді. Далі доцільно продумати структуру кожної з частин-історій: розпочати з розмови з героєм або репортажу на заводі, перейти до аналітики й статистики, представити цикл інтерв'ю з проблеми (чи збудувати виклад навпаки). У підсумку всі частини слід зібрати в єдину концепцію, якою може бути велика колійна історія з зупинками в містах — приклад лінійного сюжету. Іншим варіантом концепції може бути "книга" з розділами — нелінійний сюжет. Оскільки тема надзвичайно масштабна, в лонгріді потрібен навігаційний бар, за допомогою якого читач зможе легко орієнтуватися. Отже, логіку матеріалу та послідовність його викладу варто визначити у своєрідному плані, зазначивши головні пункти тимчасового перебування.

*Висновки.* Поняття мультимедійного лонгвіду в сучасному медіапросторі охоплює спосіб послідовного й логічного викладу тематично організованого масиву інформації у структурованому вигляді, з обов'язковим залученням різноманітних форм візуальної комунікації, технологічних прийомів представлення мультимедійного контенту та психологічних методів впливу для утримання уваги читача й спрощення засвоєння матеріалу.

Узагальнюючи практику створення лонгвідів, важливо виходити з принципу: історія — сюжет —