

Лонгрид як новий медіаформат: підходи до класифікації

О. А. Нестеренко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси, Україна
Corresponding author. E-mail: o_nesterenko2008@ukr.net

Paper received 05.06.2016; Accepted for publication 15.06.2016.

Анотація. У статті вилучено поняття «мультимедійна історія», «лонгрид», окреслено підходи до його класифікації. Схарактеризовано типологічні ознаки мультимедійних публікацій в онлайн-виданнях «Новое время», «Insider», «Українська правда. Життя», на сайті «ТСН». Узагальнено сутнісні маркери лонгридів, обґрунтовано класифікаційні засади їх типологізації та систематизовано відомості у вигляді таблиці. Підсумовано, що формат лонгриду перебуває на етапі інтенсивного формування, синтезує ознаки різних жанрів, апробує мультимедійні інструменти, що ускладнює критерії виокремлення його різновидів.

Ключові слова: мультимедійна історія, лонгрид, лендинг, формат, інтернет-ресурс.

Вступ. У річичі питання про історію появи й розвитку лонгридів варто зазначити, що деякі вчені вважають лонгрид не інноваційним форматом, а видозміненим жанром нарису, що «у 90-ті роки погано пристосовувався до серйозних змін у журналістиці» та нині відроджується, пропонуючи читачеві «не просто читання, а цілий досвід переживань через різні способи проникнення в суть матеріалу» [2, с. 93]. Водночас дослідники зазначають, що в жанровому сенсі лонгриди можуть бути не тільки нарисами, але й кореспонденціями, статтями, журналістськими розслідуваннями. На наш погляд, мультимедійний лонгрид – це нова жанрова форма, що потребує текстового й візуального контенту, гармонійного синтезу засобів, які вможливають створення доступного в змістовому вимірі та естетично довершеного тексту.

Мультимедійна історія – це не лише докладно продуманий і технічно складний матеріал, але й витвір журналістського мистецтва. Для практичної журналістики мультимедійна історія є форматом, що синтезує текстову, фото-, аудіо- та відеоінформацію. Швидкі темпи глибокого проникнення лонгридів у комунікаційний простір засвідчують їхню перспективність.

Стислий огляд публікацій за темою. У сучасних теоретичних розвідках бракує обґрунтування лонгриду як повністю сформованого жанру, не конкретизовано його іманентні ознаки. З огляду на це нові мультимедійні тексти необхідно оцінити й класифікувати з погляду системи журналістських жанрів. На дослідницьку увагу заслуговують студії М. Лукіної [3], Н. Лосевої [4], А. Золотухіна та Ю. Мажаріної [2], а також праці журналіста-практика О. Тарасова [1]. У ході аналізу зафіксовано кілька студій, автори яких зосереджують увагу на характеристиці специфіки формату лонгридів, це, зокрема, роботи А. Смутко [6] та І. Фанти [8]. А. Сумська аналізує форматні характеристики актуальних на сьогодні медіатекстів – лонгридів, які задіяні в журналістиці, та лендингів, що популярні в маркетингових комунікаціях. Дослідниця наголошує, що обидва типи текстів володіють потужним потенціалом інтерактивності, створюючи особливу форму розповіді в онлайн-середовищі [7, с. 131].

Мета статті – вивчити підходи до класифікації мультимедійних історій, узагальнити сутнісні маркери лонгридів, схарактеризувати типологічні ознаки мультимедійних публікацій українських онлайн-видань «Новое время», «Insider», «Українська правда. Життя», сайту «ТСН».

Методи дослідження. У процесі наукового пошуку залучено такі методи: *описовий* – для комплексної характеристики наявних мультимедійних інтернет-публікацій; *порівняльний аналіз* – для виявлення загальних і специфічних рис лонгридів; *метод узагальнення*, за допомогою якого зроблено висновки про структуру й жанрові особливості мультимедійного інформаційного продукту.

Результати дослідження. В Україні якісних лонгридів небагато. Експерти стверджують, що вітчизняні журналісти фактично відмовилися в 1990 – 2000 рр. від великих жанрових форм, вважаючи недоцільним готувати якісні, ексклюзивні журналістські тексти. Однак нині ваги читачього інтересу перешилилися в бік журналістики пояснень, яка розповідає про складні події і явища в доступному форматі. За створення таких матеріалів беруться лише поодинокі видання, оскільки бракує ресурсів, потрібен час на аналітичну роботу, візуалізацію, підготовку мультимедійних елементів, дизайн і програмування. Популярними є лонгриди «Української правди», що стартували в березні 2014 року. За словами Г. Титиш, головного редактора «Української правди. Життя», джерелами натхнення для запуску лонгрид-проекту були цікаві історії «The New York Times». Першою історією, яку запропонувала читачам «Українська правда. Життя», стала розповідь Владислави Осьмак «Прогулянка по Києву, що зникає» (<http://life.pravda.com.ua/society/2014/03/28/160695/>).

Спроби розповісти про Майдан у розлогому мультимедійному форматі розпочалися навесні 2014 року, коли видання «Українська правда. Життя» запустило проект «Небесна сотня» (<http://nebesna.pravda.com.ua/>). Успішними стали спецпроекти «Вони тримали небо» (<http://tsn.ua/special-projects/20february/>), «Битва за аеропорт» (<http://cyborgs.tsn.ua/>), «Пролітаючи над гніздом «Антонова» (про те, як народжується український літак АН-178)» (<http://tsn.ua/special-projects/an178/>) та інші на сайті «ТСН», «Історія Євромайдану. Хроніка української революції» (<http://www.theinsider.ua/history-euromaidan/>) українського видання «Insider», а також проект «The Ukrainians», що обрав формат лонгриду як основний. Започаткований у травні 2014-го, цей проект повністю побудований на лонгридах-інтерв'ю (<http://theukrainians.org/persons/>). Серед його героїв – відомі українські історики, політики, економісти, культурні діячі, журналісти. Редактор сайту Т. Прокопишин пояснює популярність дов-

гих текстів тим, що читач хоче не лише прочитати про подію, яка відбулася, а й стати учасником життєвої історії. Обравши розлогу форму лонгриду та репрезентувавши великі ілюстрації, що відповідають життєвій філософії людини, творці «The Ukrainians» зіграли на ексклюзивності й елітарності такого контенту.

Проект «Новое время» створив рубрику «Лонгриди» у вересні 2014 року, у ній зібрано понад 80 матеріалів у форматі «диджиталсторителінг», а також представлена рубрика «STYLE», що містить спеціалізовані матеріали. Наприклад, у січні 2015 року вийшли проекти «Наш Сталинград», «Чем был и чем не был Майдан», «Человек слова», «Итоги года: 14 событий, которые изменили мир». Протягом 2016 року переважають тексти з оглядами ресторанів та автомобілів, наприклад «Бетмен для кошенил. 7 цікавих фактів про Peugeot 508» (тест-драйв «НВ»), «100 найкращих ресторанів України» (гід для гурманів). На відміну від інших видань, що використовують цей формат, «Новое время» постійно оновлює розділ лонгридів, майже щодня читачі можуть знайти там нові матеріали. Інші українські видання тільки починають експериментувати з подібними форматами.

А. Золотухін виокремлює два типи лонгридів: традиційні (текст розбавлений статичними ілюстраціями) та мультимедійні. Прикладом традиційного лонгриду він вважає нарис «Жінка гірської доли» Марини Ахмедової (<http://www.kommersant.ru/doc/2234324>) – великий текст про чеченських жінок, які «мріють вийти заміж у Чечні, а народитися в Європі». Текст розміщений на всю сторінку, розбитий на блоки, доповнений кількома фотографіями. «Докрутити» таку публікацію до кінця сучасному читачеві буває складно, а тому багато медіа стали створювати лонгриди мультимедійного формату з огляду на досвід найкращих західних ЗМІ [2].

Мода на сноуфолі спричинила важливе завдання – знайти оригінальне візуальне рішення, що допомагає відрізнятись від сотень інших мультимедійних історій. У проекті «Great Falls» від «Washington Post» (<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/local/the-perils-of-great-falls/>) залучено незвичайну анімовану інтерактивну інфографіку: річковий пейзаж, над яким «висять» покажчики, після натиснення на них стає зрозуміло, що це текст й анімація. У мультимедійній історії «The Geeks on the Front Lines» у «Rolling Stone» (<http://www.rollingstone.com/feature/the-geeks-on-the-frontlines#.1fdbyov1b8mesy>) несподіваний ефект виникає під час прокручування першої сторінки: відеозаставка (кімната, де за комп'ютерами сидять програмісти) збільшується, і в користувача з'являється враження, що він «в'їжджає» в екран одного з комп'ютерів.

Як окрему категорію дослідник Е. Бул називає «In-Depth Packages» (дослівно – «вечерні історії»). Такий формат максимально розкриває тему й наближається до формату електронної енциклопедії. Його серйозним недоліком є великий обсяг. Продюсери таких проектів мають бути абсолютно впевнені в цьому форматі [1]. Незважаючи на всі труднощі, існує кілька успішних прикладів, схарактеризованих нижче.

«Empty Cradles» (<http://www.jsonline.com/news/119882229.html>) – новинна мультимедійна стаття про

дитячу смертність, опублікована в журналі «Milwaukee Journal Sentinel» у січні 2011 року. Матеріал отримав кілька національних премій; він охоплює вісім основних секцій, вісім мультимедійних елементів, зокрема таблиці, карти, тести, панораму, таймлайн, 12 відео та фотогалерей, блог, особисті історії читачів, колонки думок, колонки редакції тощо.

Проект «Rethinking Immigration» (<http://www.theglobeandmail.com/news/national/time-to-lead/rethinking-immigration-the-casefor-the-solution/article4170229/>) – мультимедійна історія, опублікована «Toronto Globe and Mail» у 2012 році, складається з великої кількості інтерактивних графіків, відео, опитувань на тему імміграції, містить інтерактивну таблицю та спеціальну форму, через яку читачі можуть поділитися своєю історією про імміграцію. Ця публікація набрала більше ніж 2400 коментарів.

Проект ТСН «Квиток в один кінець» (<http://tsn.ua/special-projects/titanic/>) – це історія про те, як загибель незатопленого «Титаніка» стала однією з найтрагічніших катастроф збіглого століття. Матеріал представлений у хронологічній послідовності за днями й годинами – із моменту відправлення корабля до його загибелі, у тексті повідомлено про те, що сталося з кораблем після його затоплення.

Як різновид мультимедійних історій автори видокремлюють «Immersive multimedia» – проекти з 3D-візуалізаціями на основі платформ Flash, інтерактивних HTML5 і JavaScript. Прикладом є проект «Highrise Tower» (http://highrise.nfb.ca/onemillionthtower/1mt_webgl.php), який має вигляд повноцінного сайту, інтегрованого документального фільму, 3D-візуалізації й тексту.

Дослідниця М. Лукіна диференціює такі типи мультимедійних історій: html-стаття; інфографічна стаття; «мультимедійна коробочка» (стаття у форматі плеєра) [4, с. 271–273]. Основою мультимедійної html-статті слугує вербальний текст, «підводкою або презентацією до релевантних мультимедійних елементів» [4, с. 132] можуть бути також шматки тексту. Мультимедійні й текстові матеріали мають бути розподілені рівномірно. Необхідно стежити й за тим, щоб «сплешка» (початковий статичний кадр) відео-фрагменту відрізнялася від фоторяду або першого кадру слайд-шоу. Довідкова інформація та інші «важкі» текстові елементи введені до тексту за допомогою гіперпосилань. Наприклад, лонGRID «Аеропорт. Невідомі под-робиці» (<http://www.pravda.com.ua/cdn/graphics/2016/01/aeroporto/index.html>), створений «Українською правдою», розкриває факти найтрагічнішої спецоперації АТО.

Інфографічна, або flash-стаття, – це добірка «кадрів» мультимедійної статті, зібраних у певній послідовності, у ній «візуалізації та графіка переважають над текстом». Основне завдання, що постає перед творцями матеріалу, – зробити так, щоб він був прочитаний аудиторією від початку до кінця. Проте користувач повинен мати змогу вивчати історію в альтернативній послідовності, а не тільки прямувати шляхом, запропонованим редакцією. Авторам рекомендовано «не ховати «найцікавіше» в глибину, не проанонсувавши його». Важливо також не перевантажувати читача інформацією [4, с. 133]. «Insider» створив публікацію підсумкових матеріалів 2015 р. на

культурну тематику в мистецькій, літературній, кінематографічній, музичній і театральній сферах (<http://www.theinsider.ua/infographics/2014/specialproject/artspecialproject.html>).

Для формату «мультимедійної коробочки» характерне беззаперечне домінування фото-, відео- та аудіоелементів. Матеріал представлений у вигляді плеєра. У тексті збережено лише функцію оформлення, завдяки чому можна створювати заголовки, підписи, стисло подавати будь-яку інформацію [4, с. 134]. Редакція «Нового Времени» провела подорож Києвом і зафіксувала мурали, результатом їхньої роботи став лонгрид «Мурали Києва» (<http://nv.ua/ukr/project.html>).

Умовно поділити лонгриди на декілька видів пропонує О. Тарасов, головний редактор Esquire Ukraine. Перший – портретні лонгриди, друга назва – people stories. До цього типу належать і портретні інтерв'ю, і нариси, і біографічні замальовки. Основне завдання – розкрити особистість героя, його життєві принципи, погляди, загалом усе те, що відрізняє його від інших. У цьому напрямі в Україні активно працюють «The Ukrainians» зі своїми портретними інтерв'ю та «Українська правда. Життя», яка має формат ситуативних нарисів про героїв. Принциповим у матеріалах видання є яскравий фоторяд. «Українська Правда. БЖ» створила спеціальний проект «Пот і кровь: Анастасія Голобородько о бере» (<http://bzh.life/posts/pot-i-krov-anastasiya-goloborodko-o-bege>) – це серія інтерв'ю з містянами, для яких спорт став важливою частиною життя.

Другий різновид лонгридів – реконструктори – став особливо актуальним як спроба не стільки проаналізувати, скільки відчутти Майдан через рік після подій. Це завдання взяв на себе «The Insider» зі своєю «Історією Євромайдану», де творці намагалися «дострибнути» до «Snowfall» від «The New York Times», чи «Хроніки Євромайдану» від «Gazeta.ru». Ці матеріали є реконструкцією ланцюга певних подій,

спробою проаналізувати їх, з'ясувати причини й наслідки. У таких пошуках важливу роль відіграють не тільки текст і візуальний ряд, а й аудіоефекти та музика, що створюють фонове емоційне навантаження й уможливають адекватне сприймання відтворених подій.

Третя форма довгих текстів – це репортаж. Його в різних модифікаціях можна бачити на «Mediaport» чи на «LB.ua». «Такі форми мають бути, навіть якщо пишеш для десяти відсотків читачів, – відповідає М. Малевська на запитання, чому «Mediaport» робить довгі матеріали, що приносять порівняно небагато трафіку. – Звісно, такі тексти потребують часу, але не стільки на написання, скільки на обмірковування теми. Треба скласти собі матеріал у голові, проаналізувати, зіставити й зрозуміти головне: чи цікаво буде комусь читати цю цеглину» [5].

А. Сумська описує новий вид мультимедійного тексту, формат якого названий «landing read». Він розроблений кафедрою режисури, кіно й телебачення Челябінського державного інституту культури та передбачає презентацію можливостей кафедри щодо підготовки запотребуваних медіагалуззю спеціалістів, формування в користувачів бажання отримати більше корисної інформації. Лендингрид постав унаслідок синтезу двох мультимедійних форматів – лонгриду й лендингу – і є новим технологічно модифікованим текстом, мета якого – підвищити якість аудіовізуальних комунікацій, швидкість інтерактивної маркетингової взаємодії [7].

Нині формат лонгриду перебуває на етапі інтенсивного формування, він синтезує ознаки різних жанрів, апробує мультимедійні інструменти, тому складно говорити про чіткі підходи до виокремлення його різновидів. У поданій нижче таблиці зроблено спробу узагальнити підходи дослідників до типологізації різновидів лонгриду (див. табл. 1).

Таблиця 1. Підходи дослідників до класифікування лонгридів

Автори	Типи лонгридів	Сутнісні маркери
А. Золотухін	Традиційні.	Текст, розбавлений статичними ілюстраціями.
	Мультимедійні.	Наявність оригінального візуального рішення.
Е. Бул	«In-Depth Packages», або вичерпні історії.	Максимальне розкриття теми, подібність до електронних енциклопедій.
М. Лукіна	html-стаття.	В основі – вербальний текст, рівномірне розподілення мультимедійних і текстових елементів; наявність гіперпосилань.
	Інфографічна, або flash-стаття.	Переважання візуально-графічного елемента, добірка мультимедійних «кадрів».
	«Мультимедійна коробочка» (стаття у форматі плеєра).	Беззаперечне домінування фото-, відео- та аудіоелементів.
О. Тарасов	Портретні лонгриди, чи people stories.	Нариси про героїв у супроводі яскравого фоторяду.
	Реконструктори.	Відтворення ланцюга подій, аналіз їхніх причин і наслідків.
	Репортаж.	Відтворення події, досягнення ефекту присутності.
А. Сумська	Лендингрид	Новий технологічно модифікований формат інтерактивної розповіді, що синтезує ознаки лонгриду та лендингу.

Відомості, представлені в таблиці, доводять, що вчені керуються різними критеріями, виокремлюючи

типи лонгридів. До того ж помітна нечіткість у формулюванні дефініцій кожного з різновидів. Це усклад-

нює науково обґрунтований аналіз типології мультимедійних історій та спонукає до пошуку більш точних підстав для диференціювання лонгридів.

Висновки. У сучасних теоретичних розвідках бракує обґрунтування лонгриду як повністю сформованого жанру, не конкретизовано його риси. Нині цей медіаформат перебуває на етапі інтенсивного розвитку, він синтезує ознаки різних жанрів, апробує мультимедійні інструменти, тому складно говорити про чіткі підходи до виокремлення його різновидів. Наявні дослідницькі підходи вчених і журналістів-

практиків до типології лонгридів узагальнено й систематизовано у вигляді таблиці. Для осмислення природи мультимедійних історій необхідно розробити критерії їх класифікації. Такими типологічними ознаками потенційно можуть бути комунікаційна настанова, жанрові особливості, функційне навантаження, структурно-композиційна природа лонгриду тощо. Перспективу подальших наукових пошуків убачаємо в практичному аспекті (створення нових медіапродуктів) і теоретичному вимірі (розробленні критеріїв класифікації мультимедійних історій).

ЛІТЕРАТУРА

1. Журналістика даних та візуалізація : підручник із крос-медіа / Видавці І. Крессу, М. Гузун, Л. Василік. – Bonn / Germany – Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. – 144 с.
2. Золотухин А. А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедійная история – как новые вершины журнализма? / А. А. Золотухин, Ю. Н. Мажарина // Вестник Воронежского государственного университета. – 2015. – № 2. – С. 93–96.
3. Лукина М. М. Интернет-СМИ : Теория и практика : учеб. пособ. для студентов вузов / М. М. Лукина. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 350 с.
4. Лукина М. М. Контент интернет-СМИ / М. М. Лукина, Н. Г. Лосева // Медиаконвергенция и мультимедійная журналистика : материалы к обучающим семинарам / под ред. С. Д. Балмаевой. – М. : Аспект Пресс, 2010. – С. 132.
5. Майже 12 % українців взагалі не читають, – дослідження (інфографіка) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukr.lb.ua/news/2014/06/27/271234_pochti_12_ukrainsk_ev_voobshche_chitaet.html.
6. Смутко А. Бери й пиши: як створити мультимедійний текст у форматі longread [Електронний ресурс] / А. Смутко. – Режим доступу : <http://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/>.
7. Сумская А. С. Синтез лонгрида и лендинга – новый формат интерактивного повествования [Электронный ресурс] / А. С. Сумская // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 14–15 апреля 2016 года. – Екатеринбург, 2016. – С. 130–134.
8. Фанта І. Лонгриди можуть залучати на сайт такий самий трафік, як і топові новини [Електронний ресурс] / І. Фанта. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sayt_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_novini_ilona_fanta/.

REFERENCES

1. Data journalism and visualization : A textbook of cross-media / Publishers I. Kressu, M. Guzun, L. Vasilik. – Bonn / Germany – Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. – 144 p.
2. Zolotuhin A. A. Longread, snowfall, multimedia history – as new heights in journalism? / A. A. Zolotuhin, N. Mazharina // Proceedings of Voronezh State University. – 2015. – № 2. – P. 93-96.
3. Lukina M. M. Internet-media: Theory and Practice : Textbook for university students / M. M. Lukina. – Moscow : Aspect Press, 2010. – 350 p.
4. Lukina M. M. Internet media content / M. M. Lukina, N. G. Losieva // Mediaconvergence and multimedia journalism : materials for seminars / Ed. S. D. Balmaieva. – M. : Aspect Press, 2010. – P. 132.
5. Nearly 12 % of Ukrainians do not read – research (infographics) [Electronic resource]. – Available at : http://ukr.lb.ua/news/2014/06/27/271234_pochti_12_ukrainsk_ev_voobshche_chitaet.html.
6. Smutko A. Start writing: How to create a longread as a multimedia text [Electronic resource] / A. Smutko. – Available at : <http://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/>.
7. Sumskaia A. S. Longread and lending synthesis – New format of interactive narratives [Electronic resource] / A. Sumskaia // Digital Journalism Era: How Profession Develops : Proceedings of international scientific and practical conference, Ekaterinburg, April 14–15, 2016. – Ekaterinburg, 2016. – P. 130–134.
8. Fanta I. Longread can attract the similar traffic as the top news [Electronic resource] / I. Fanta. – Available at : http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sayt_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_novini_ilona_fanta/.

Longread as a new media format: Classification approaches

Nesterenko O.

Abstract. In the paper the author gave definitions of the concepts ‘multimedia story’, ‘longread’ and outlined approaches to its classification. The typological features of multimedia publications in the online editions of «Novoie vremia», «Insider», «Ukrainska Pravda, Zhyttia» and the online site «TSN» were analyzed. The intrinsic markers for longreads were summarized; typological classification criteria were explained and shown in a table. The author concluded that longread as a branch of journalism is going through intensive formation, synthesizing features of different genres, practicing multimedia tools, thus making it difficult to identify its forms.

Keywords: media story, longread, lending read, format, Internet resource.

Лонгрид как новый медиаформат: подходы к классификации

О. А. Нестеренко

Аннотация. В статье истолкованы понятия «мультимедийная история», «лонгрид», обозначены подходы к их классификации. Охарактеризованы типологические признаки мультимедийных публикаций в онлайн-изданиях «Новое время», «Insider», «Украинская правда. Жизнь», на сайте «ТСН». Систематизированы существенные маркеры лонгридів, описаны классификационные основы их типологизации, необходимые сведения представлены в виде таблицы. Сделан вывод, что формат лонгрида проходит этап интенсивного формирования, синтезирует признаки различных жанров, апробирует мультимедийные инструменты, что усложняет критерии выделения его разновидностей.

Ключевые слова: мультимедийная история, лонгрид, лендингрид, формат, интернет-ресурс.