

Анастасія Чорней, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Науковий керівник – кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувач кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю **Віталій Гандзюк**

ФОРМАТ ЛОНГРІДУ В СУЧАСНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

У статті досліджено роль лонгріду в цифровій журналістиці. Автори розглядають його як формат та жанр, аналізують структуру, ефективність та майбутнє в медіа-ландшафті.

Ключові слова: лонгрід, цифрова журналістика, медіа, класифікація, ефективність, медіа-ландшафт.

Розвиток цифрових медіа, поява нових комунікативних технік і методів сторітелінгу спричинили радикальну трансформацію медіаландшафту. Сфера журналістики переживає низку безпрецедентних змін, які впливають на виробництво, дизайн, структуру і спосіб розповсюдження інформації, а також на доступ до новин та модель їх споживання.

Один із провідних американських журналістикознавців Д. Доулінг, що спеціалізується на дослідженні діджитал-медіа, стверджує, що сьогодні ринок цифрової журналістики прискорено перейшов у фазу експериментів та інновацій [1]. Цей період характеризується широким спектром дискусій серед науковців щодо функціонування сучасних медіа, зокрема, щодо нових форматів. Дослідження аспектів функціонування та інтеграції нових форматів в журналістську практику породжує дискурс як щодо їх диференціації як результату журналістської практики так і навколо обґрунтування ефективності у залученні аудиторії, впливу на традиційну журналістику, а також відносно їх потенціалу у формуванні майбутнього медіа-ландшафту. Як зазначає В.

Гандзюк, «інтернет-журналістика потребує поглибленого вивчення феномену медіадискурсу, який формується всередині зазначеної галузі. Нині не існує єдиного уніфікованого підходу до типологічного вивчення феномену медіадискурсу, мало наукових поглядів, які деталізують різні кути вивчення мультимедійного дискурсу інтернет-ЗМІ» [4].

Дискусії серед журналістикознавців тривають і щодо лонгріду як нового формату мультимедіа. Як стверджує С. Шашенко, на сьогодні поняття «лонгрід» неоднозначно вживається спеціалістами медійної сфери, що призводить до виникнення численних неузгоджених контекстуальних значень цього поняття [2]. Найчастіше науковий дискурс точиться щодо диференціації лонгріда як жанру та як формату журналістики.

Наприклад, О. Євменова та Т. Дубровна трактують поняття мультимедійного лонгріду саме як жанру, що дозволяє створити яскраві візуальні образи, розкрити драматургію події, динамічно описати процеси» [5]. У свою чергу М. Чабаненко визначає лонгрід як «багатоформатний жанр інтернет-журналістики та різновид мультимедійних інтернет-публікацій великого розміру» [7].

Натомість, науковиця І. Тонкіх, новостворенні похідні традиційних жанрів (до яких вона відносить і лонгрід) пропонує класифікувати саме як формат журналістики у якому можуть синтезуватися різні журналістські жанри і поєднуватися вербальний і візуальний контент [4].

Більшість науковців, аналізуючи визначальні риси лонгріду, також ставлять під сумнів жорстку класифікацію їх як жанру, натомість припускаючи, що вони функціонують як універсальний формат, здатний виходити за межі жанрової класифікації.

О. Грозна дає загальне визначення «формату» журналістики, як концепції і способу подачі контенту, який може різнитись у залежності від платформи публікації контенту або інших технологічних особливостей та характеризується сукупністю відмінних рис, що визначаються формою подачі відомостей, манерою викладу, підбором тем тощо, а також обмеженнями, що накладаються

на спосіб розташування і представлення даних [3]. Саме з цієї причини, як зауважує О. Харитоненко, підстав говорити про лонгрід, наприклад, як про жанр поки недоречно, оскільки дуже різні твори з дуже різною презентацією редакції «підверстують» під цей тип публікацій [8]. Однак авторка не відкидає думки, що згодом може викристалізуватися низка ознак, спільних для лонгрідів різних видів, які дозволять розглядати цей формат як жанр.

Схожої думки притримується і Р. Вербовий, який стверджує, що лонгрід – це передусім формат медіа (так само як реаліті шоу є форматом на телебаченні) [5]. І. Мацишина також наголошує, що створений як мультимедійний текст, лонгрід не можна сприймати лише як журналістський жанр, адже можливості каналу передачі інформації змінюють і саму структуру лонгріду, а такі жанри журналістики як репортаж, нарис та розслідування можуть взагалі становити єдину форму лонгріду [8]. До того ж, як стверджує Л. Василик, мультимедійні елементи в форматі лонгріду, яскраво показують дифузію елементів, структур і платформ – їх цілковите й непередбачене розмаїття [3]. Тому дефініцію поняття «лонгрід», на наш погляд варто розглядати саме у межах його диференціації як формату, оскільки це відповідає його сучасній нарративній та структурній концепції.

Українські науковці аналізуючи сучасні концептуальні аспекти лонгрідів, зауважують, що одним із ключових функціональних його елементів є мультимедійність. Більше того, деякі вчені (наприклад, У. Лешко) характеризують крос-медіа як невід’ємну частину формату лонгріду [11].

Дослідниця О. Харитоненко, у своїх наукових працях навіть виокремлює термін «мультимедійний лонгрід», який вона трактує як різновид електронних публікацій, розрахованих на тривале читання, доповнених великою кількістю ілюстрацій, відео- чи аудіоматеріалів, зверстаних із застосуванням інструментів паралаксної (асиметричної, нелінійної) прокрутки [10].

С. Шашенко також розглядає лонгріди, як цілий мультимедійний комплекс, що складається безпосередньо з самого тексту, доповненого відео- та аудіороликами, презентаціями, інфографікою, фоновою музикою, ілюстраціями

(в тому числі інтерактивними), вбудованими цитатами тощо Найважливішою форматворчою характеристикою, науковець вважає взаємопов'язаність цих елементів між собою [7].

Подібних поглядів дотримується І. Волошок, яка наголошує на тому, що мультимедійність у лонгріді не є лише «додатком», яким краще ілюструють текст, а окремим комунікаційним засобом, які мають таку саму важливість як і текст. Всі елементи лонгріду переплітаються між собою, і нові значення створюються саме в комбінації цих компонентів. У разі втрати або виключення одного елемента з готового лонгріду може зруйнуватися не лише структурний ланцюжок, а й сенс, який хотів донести автор [4].

М. Дойзе у своїй науковій статті «Що таке мультимедійна журналістика?» [8] пише, що для мультимедійної історії достатньо використання двох і більше форматів (тексту, музики, статичного або рухомого зображення, графіки, елементів гіпертексту), щоб, власне вважатися мультимедійною.

Характеризуючи лонгрід, О. Грозна зауважує, що 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 [8].

У цьому аспекті порушується питання і правильної архітекtonіки лонгрід-публікацій. О. Харитоненко виокремлює наступні базові принципи архітекtonіки лонгріду: публікації апріорі фрагментарні; кількісне співвідношення тексту та ілюстрацій має бути саме таким, щоб наочність

привертала увагу читачів, а не спонукала до пасивного перегляду зображень; текстові та зображальні елементи можуть створювати лінійну композицію або ж подаватися і сприйматися, відповідно, «паралельно», «поліфонічно», не тільки доповнюючи один одного, а створюючи різні «мотиви» одного «сюжету»; крім усього спектру відео- і аудіожанрів, фотографій усіх форматів, графіки та анімації, лонгрід розкриває широкі можливості для використання інфографіки. Вона забезпечує наочність, додає емоційності, дозволяє складні ідеї і твердження спростити, подати концептуально у вигляді зображення [8].

У контексті розвитку цифрових медіа та нових комунікативних технік, які спричинили радикальну трансформацію медіаландшафту, можна зробити висновок, що дослідження аспектів функціонування нових форматів, зокрема лонгріду, породжують широкий спектр дискусій серед науковців щодо їх класифікації та потенціалу, однак, незалежно від цього, це свідчить про поступове формування лонгріду як універсального мультимедійного формату, здатного змінювати наративні та концептуальні можливості сучасних медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василик Л., Крецу І., Гузун М. Підручник з крос-медіа. Bergisch Gladbach : Schiller Publishing House. 2015. 27 с.
2. Вербовий Р. Інструментарій створення мультимедійного контенту. *Кросмедіа: контент технології, перспективи*. Київ, 2017. С. 87
3. Волошок І. Використання мультимедійних засобів у лонгріді як глобальний тренд. *Журналістика та соціальні комунікації в контексті становлення громадянського суспільства в Україні і в світі: виклики, тенденції, перспективи* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 4 листопада 2022 р.). Одеса : Національний університет «Одеська юридична академія», 2022. С. 22
4. Досенко А.К., Гандзюк В.О. Сучасний медійний дискурс: підходи до типологізації. Вчені записки ТНУ імені ВІ Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2020. С. 200-204

5. Грозна О. Дефініційна полеміка в сфері інтернет-журналістики щодо понять «жанр» і «формат» у сучасному інформаційному просторі. Теорія і практика журналістики. 2022. №2 (10). С. 119-124.
6. Євменова О., Дубровна Т. Лонгрід як новітній жанр журналістики. Освіта, наука та виробництво: розвиток і перспективи: матеріали II Всеукраїнської науково-методичної конференції. Суми: СумДУ, 2017. С. 63
7. Лешко У. Лонгрід як форма сучасної мультимедійної журналістики. Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. 2020. Вип. 48. С. 181.
8. Мацишина І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду)». Кросмедіа: контент, технології, перспективи. Київ, 2017. С. 150
9. Тонкіх, І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті. Запоріжжя, 2017. 99 с.
10. Харитоненко, О. Мультимедійні лонгріди в сучасних ЗМІ. Сучасний рух науки : тези доп. VII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (6-7 червня 2019 р.). Дніпро, 2019. С. 1726
11. Харитоненко. О. В дискусіях народжується істина. Журналістика. Випуск 19 (44). 2020. С. 87-88
12. Чабаненко М. Мультимедійність в інтернет-журналістиці. Запоріжжя : Просвіта, 2018. 58 с.
13. Шашенко С. Комунікаційні аспекти сучасних мультимедійних лонгвідів: українська практика. Український інформаційний простір. № (1(3)). С. 197-201.
14. Dowling D. Immersive Longform Storytelling: Media, Technology, Audience. London: Routledge 2019. 208 p.