

УДК 070:659.3

ДІАХРОННА ПРОЕКЦІЯ ОНЛАЙН-СТОРИТЕЛІНГУ

О. А. Нестеренко

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького,
б-р Шевченка, 81, Черкаси, 18031, Україна*

Охарактеризовано науково-теоретичні засади дослідження мультимедійних історій як нового формату онлайн-журналістики. Проаналізовано, зокрема, онлайн-сторителінг у діахронному вимірі, описано потенціал інноваційного синкретичного формату представлення інформації на закордонному, вітчизняному та регіональному рівнях. Зазначено, що основною передумовою виникнення лонгридів послугував швидкий розвиток інформаційних технологій, що вможливило створення унікального середовища — синтезу різних видів вербальної, візуальної та аудіальної інформації. Зроблено висновок, що на сучасному етапі розвитку та споживання інформації аудиторія потребує журналістики пояснень, яка повідомляє про складні події і явища в доступному форматі, візуалізовано, із мультимедійними елементами, спеціальним дизайном та ін. Швидкі темпи глибокого проникнення лонгридів у комунікаційний простір засвідчують їхню перспективність і запотребованість.

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

Постановка проблеми. Розвиток сучасних технологій спричинив зміни форм світової журналістики, змусив замислитися над новими способами збирання та подання інформації. Модифікаціям інформаційно-комунікаційного процесу сприяло й формування інформаційного суспільства. Поширення Інтернету створило унікальне середовище, в якому синтезовано різні види вербальної, візуальної та аудіальної інформації. Під впливом цих змін постали нові явища в журналістиці, одне з яких — сторителінг (з англ. Storytelling — розповідання історій) — історія, написана в режимі онлайн [1]. Динаміку Інтернету на початку 2000-х років можна пояснити тим, що читач звернувся до мережі по новини, зважаючи на її зручність і швидкість. У 2005–2009 рр. новинний текстовий формат почали доповнювати мультимедійними відомостями, з'явилися сторителінгові проекти.

Крім поширеного терміна «сторителінг», тривалий час уживаним був «сноу-фол» (сьогодні менш відомий); часто використовують і назву «довгий текст» (англ. — long forms) або термін «лонгрид» (англ. — long read) — матеріал, призначений для тривалого прочитання [2]. В українському медійному просторі термін «лонгрид» трактують як: сучасний різновид інтернет-публікацій, цікаву розповідь великого обсягу [3]; специфічну форму завершування матеріалів, у якій можна публікувати лайфові історії, нариси, інтерв'ю [4]; як новий багатоформатний жанр

інтернет-журналістики, адаптований до сенсорних дисплеїв мобільних пристроїв [5] тощо.

У проєкції на задекларовану проблему будемо послуговуватися мінімальним корпусом лексем для створення термінологійного «портрету» новітнього медіа-формату: сторителінг, лонгрид, мультимедійна історія. Ці лексеми вважаємо синонімами й кваліфікуємо як різновиди медіатексту.

Фактично під усіма визначеннями розуміють великі мультимедійні історії з виразними ілюстраціями, відео, аудіо та інтерактивними картами. Коли віртуального тексту багато, його «розбивають» різними вставками: роликами, презентаціями, інтерактивними картинками, цитатами, виносками та ін. Тому лонгриди деколи нагадують інтерактивну карту або інфографіку, за допомогою якої читачі можуть повністю зануритися в історію. Мінімалістичний інтерфейс у лонгридах сфокусований на тому, щоб ніщо не відволікало читача від публікації. У такій концепції поширюється інформаційний продукт у різних форматах: аудіо, відео, текст, інфографіка [1].

Термін «лонгрид» походить з американських медіа, цим словом спочатку позначали великі текстові матеріали на сайтах. На їхнє читання витрачають часу більше, ніж на читання заміток. Пізніше лонгридом стали називати не просто довгі статті, а історії, репрезентовані за допомогою великого тексту з украленнями фоторепортажу, відеосюжетів та інфографіки [6].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивчення вітчизняної наукової літератури засвідчує, що проблема створення лонгридів перебуває в полі зору медіаспеціалістів — тренерів, експертів, критиків, журналістів, з огляду на те, що популярними довгі форми (long form journalism) стали в Україні лише в кінці 2014 року. У цій галузі запропоновано характеристики специфіки лонгридів (А. Смутко [7], І. Фанта [8], В. Пуля [9, с. 44–45], Д. Тужанський [10]); описано їхні різновиди (О. Тарасов [1]).

Теоретичне вивчення сучасних мультимедійних форматів репрезентоване численною кількістю праць зарубіжних дослідників (Дж. Бранч [2], М. Вікман [11], М. Гарсія [2], А. Запускалов [12], Г. Лазутіна [13], М. Пільгун [14], С. Распопова [15], О. Тертичний [16] та ін.). Формат мультимедійних історій вивчає Центр Берклі з дослідження нових медіа, а також університет Глазго. Проблеми зародження, упровадження й функціонування в мережі нових текстових форматів аналізували такі вітчизняні та російські дослідники, як Л. Василик [17; 29], О. Градюшко [12], О. Золотухін [18], Ю. Мажаріна [19]. У їхніх працях описано процеси формування мультимедійної журналістики.

Попри зацікавленість дослідників новим явищем онлайн-журналістики, у науковій літературі відчутний брак праць, зорієнтованих на вивчення природи, функційного призначення, ефективності, особливостей реалізації онлайн-сторителінгу, що й зумовлює актуальність наукового пошуку.

Мета статті — проаналізувати онлайн-сторителінг у діахронному вимірі, описати потенціал інноваційного синкретичного формату представлення інформації на закордонному, вітчизняному та регіональному рівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Професори Школи журналістики Берклі П. Грабовіц, Р. Ернандес і Дж. Ру першою мультимедійною історією (із позицій її сучасного розуміння) вважають проект «Blackhawk Down» газети «Philadelphia Inquirer», створений у листопаді 1997 року [17]. Головна сторінка має таке меню: 30 текстових частин, 2 фотогалереї, 2 відео, 2 аудіо, 20 раундів запитань і відповідей автора історії, а також розділи «Карти», «Графіка», «Словник», «Хто є хто», «Запитай в автора», «Інші джерела», «Про проект».

У 2001 році газета «Durham Herald Sun» створила окремих сайт для історії «Touching Hearts» (<http://media.soundslides.com/archive/2000/hearts/>). Проект складався з трьох частин: «Місія», «Історія», «Люди» — і являв собою розповідь про американських лікарів, які поїхали працювати до Нікарагуа. Цей формат дослідники називають нелінійними мультимедійними історіями. Структура медіапродукту зумовлена тематикою й метою статей: не розповісти, а показати цікавих людей, їхні історії. Такий підхід був важким і для читача, і для автора, і більше був схожий на енциклопедію, ніж на журналістську історію, створену за допомогою мультимедійних засобів. Зауважимо, що вмонтовані в текстові розділи аудіозаписи для прослуховування необхідно завантажувати, а відео відкривати на новій сторінці. Це лише перший крок до справжнього синтезу мультимедіа, і такий тип історій теоретики називають «різдвяним деревом» («Christmas tree»).

Проте вже у 2007 році «The New York Times» робить спробу об'єднати мультимедійні елементи зручнішим для читача способом. Проект «Climbing Kilimanjaro» (http://www.nytimes.com/interactive/2007/10/26/magazine/20071028_KILIMANJARO_GRAPHIC.html?_r=0) відрізняється від схеми «різдвяного дерева»: центральне місце посідає велика фотографія — 3D-модель гори, на тлі якої розміщені відеоплеєр, інфографіка тощо. Навігація можлива за допомогою кнопок у меню. Такий формат дослідники зараховують до категорії «історії з інтегрованими мультимедійними елементами». Саме ця модель найбільше схожа на сучасні мультимедійні історії «The Guardian».

Низка покликань на «довгі історії» уперше з'явилась у 2008 році у Твіттері з хештегом *#longreads*, автором якого є М. Армстронг. Нині сервіс «Longreads.com» публікує кілька історій на день. Над сайтом працює п'ятеро людей: три редактори, дизайнер і розробник [19].

У лютому 2010 року М. Лінський та А. Ламмер створили ресурс «Longform.org», де можна було збирати довгі тексти фікшн- та нефікшн-літератури. «Longform» і «Longreads» — це можливість дати «довгому текстові» ще одне життя, зберегти його для аудиторії. Платформи публікують історії найвідоміших медіа: «The New Yorker» («The Really Big One» (<http://www.newyorker.com/magazine/2015/07/20/the-really-big-one>)), «The New York Times Magazine» («The Mysterious Metamorphosis of Chuck Close» (http://www.nytimes.com/2016/07/17/magazine/the-mysterious-metamorphosis-of-chuck-close.html?_r=0)), «The New York Times» («The Secret Casualties of Iraq's Abandoned Chemical Weapons» (<http://www.nytimes.com/interactive/2014/10/14/world/middleeast/us-casualties-of-iraq-chemical-weapons.html>)), «Vanity Fair» («How Elizabeth Holmes's House of Cards

Came Tumbling Down» (<http://www.vanityfair.com/news/2016/09/elizabeth-holmes-theranos-exclusive>)) та «New York» («The Revenge of Roger's Angels» (<http://nymag.com/daily/intelligencer/2016/09/how-fox-news-women-took-down-roger-aires.html>)).

«The New York Times» протягом тривалого часу експериментувала з формою мультимедіа. Публікації початку 2012 року, присвячені випадкам хабарництва в Мексиці («How Wal-Mart Used Payoffs to Get Its Way in Mexico» (<http://www.nytimes.com/2012/12/18/business/walmart-bribe-teotihuacan.html?pagewanted>)), «Vast Mexico Bribery Case Hushed Up by Wal-Mart After Top-Level Struggle» (<http://www.nytimes.com/2012/04/22/business/at-wal-mart-in-mexico-a-bribe-inquiry-silenced.html?pagewanted=all>)), — це лонгриди з умонтованими в текст гіперпосиланнями на документи й аудіовізуальні фрагменти, розміщені в стрічці з правого боку сторінки.

Відлік новітніх мультимедійних журналістських проєктів триває з 2012 року, коли лонгридом уперше номінують конкретний візуальний формат. У ньому фото та відео вперше постали не як ілюстрація, а як основні елементи матеріалу. Це відбулося, коли «The New York Times» опублікувала на сайті перший мультимедійний проєкт «Snow Fall» — довгу розповідь про те, як 16 лижників і сноубордистів потрапили під сніжну лавину в Каскадних горах неподалік Вашингтона (<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall>). У текст були вставлені фото лижників, 3D-модель гір, інтерактивна карта шторму, відео- та аудіоролики. Вперше всі елементи лонгриду були зверстані з використанням ефекту паралаксу на окремій платформі. Назва проєкту стала загальною для номінації подібних мультимедійних історій. Хоч у 2011–2012 роках і були запуснені 17 мультимедійних історій, саме «Snow Fall» вивів сторителінг на якісно новий рівень. Назва проєкту стала загальною для подібних мультимедійних історій.

Ще одним сноуфолом вважають розповідь «A game of shark and minnow» (<http://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/10/27/south-china-sea/>). Читачі отримали новий формат подання інформації: не для перегляду заголовків і перелічування тексту по діагоналі, а для того, що хочеться відкласти на потім — коли буде більше часу, щоб прочитати статтю повністю [12].

Серед відомих експериментів «The New York Times» — репортаж Еллен Баррі «The Russia Left Behind», створений у 2013 році (<http://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/10/13/russia/>). На загальному фото зображено жінку в хустині, яка йде до церкви із золотими банями. Прокручуючи сторінку донизу, читачі мандрують інтерактивним маршрутом від Санкт-Петербурга до Москви. Цей лонгрид приваблює глядача не лише сюжетом, але й графічним утіленням. У тексті багато великих фотографій і відеороликів, навколо тексту є «повітря». Загалом матеріал розрахований на серйозне, довге, осмислене читання. Відтоді журналістика переживає бум подібних проєктів [12].

Мультимедійна історія від британської «The Guardian» «Seven digital deadly sins» (<http://digital-deadly-sins.theguardian.com/>) схожа за формою на перший сноуфол, але ширша за змістом. Журналісти «The Guardian» ставлять перед собою

більш глобальне завдання — розповісти не одну сильну історію, а відтворити мозаїку людських доль. Проект «Firestorm» від тієї ж «The Guardian» розповідає про долю простої сім'ї з Тасманії, що ледве вижила після найсильніших лісових пожеж, які охопили острів (<http://www.theguardian.com/world/interactive/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family>).

У західній журналістиці легендарний «The Snow Fall» отримав Пулітцерівську премію та породив цілу низку послідовників. Бен Уолфорд, редактор «The Bangkok Post», відкрив онлайн-журнал «розповідної журналістики» «Latterly». Сьогодні вже багато ЗМІ використовує такий формат подання інформації, але з різною метою. У Росії мультимедійні історії пройняті антизахідною пропагандою, як, наприклад, створений у лютому 2014 року перший лонгрид «Комсомольской правды» «Америка закованих небоскрегов» — аналітичний матеріал про занедбані міста Сполучених Штатів Америки (<http://www.kp.ru/daily/real-usa/?view=desktop>). У ньому проаналізовано економічні причини краху найбільших міст. Матеріал вирізняється експериментальним дизайном, як в інтерактивних статтях «The New York Times» і «Guardian». У квітні 2014 року «Комсомольская правда» випустила новий лонгрид «Аджария: между крестом и полумесяцем» (<http://www.msk.kp.ru/daily/adjara/?view=desktop>). Це був репортаж із Батумі, де намагалися чинити опір ісламізації та економічній експансії Туреччини.

«Lenta.ru» запропонувала проект «Первая Мировая. Война, изменившая мировую историю» (<http://ww1.lenta.ru>), «Коммерсант» — «Земля отчуждения» (<http://www.kommersant.ru/projects/chernobyl>) і «День, когда началась война» (<http://kommersant.ru/projects/june22>).

Нові технології дають змогу розповідати історії з додаванням відео, створювати несподівані ефекти завдяки звичайному перегортанню фото. Цей формат має відмінне від звичайного сайта верстання й особливу структуру побудови історії. Тут уперше фото та відео є не тільки ілюстрацією, а й органічними складниками матеріалу.

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 читацького інтересу перехилилися 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 журналіста, 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 розповіді про Майдан у розлогому мультимедійному форматі розпочалися навесні 2014 року, коли видання «Українська правда. Життя» започаткувало проект «Небесна сотня» (<http://nebesna.pravda.com.ua/>). Лонгрид «Аеропорт. Невідомі подробиці» (<http://www.pravda.com.ua/cdn/graphics/2016/01/aeroport/index.html>), створений «Українською правдою», розкриває факти найтрагічнішої спецоперації АТО. «Українська Правда. БЖ» створила спеціальний проект «Пот и кровь: Анастасія Голобородько о бегах» (<http://bzh.life/posts/pot-i-krov-anastasiya-goloborodko-o-bege>) — це серія інтерв'ю з містянами, для яких спорт став важливою частиною життя. Проект ТСН «Квиток в один кінець» (<http://tsn.ua/special-projects/titanic/>) — це історія про те, як загибель незатоплюваного «Титаніка» стала однією з найтрагічніших катастроф збігло століття. 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 довгих текстів тим, що читач хоче не лише прочитати про подію, яка відбулася, а й стати учасником життєвої історії [1]. 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» у вересні 2014 року створив рубрику «Лонгриди», де зібрано понад 80 матеріалів у форматі «диджиталсторителінг», а також представлена рубрика «STYLE», що містить специфічні матеріали. Наприклад, у січні 2015 року вийшли проекти «Наш Сталинград» (<http://nv.ua/ukr/project/nash-stalingrad.html>), «Чем был и чем не был Майдан» (<http://nv.ua/project/story-of-maidan-by-bondar-russ.html>), «Итоги года: 14 событий, которые изменили мир» (<http://nv.ua/project/itogi-goda-nv-14-sobytiy-izmen.html>). Протягом 2016 року переважають тексти з оглядами ресторанів та автомобілів, наприклад: тест-драйв «НВ» «Бетмен для кошенят. 7 цікавих фактів про Peugeot 508» (<http://nv.ua/ukr/project/peugeot508.html>), гід для гурманів «100 найкращих ресторанів України» (<http://nv.ua/ukr/project/best-restaurants.html>). Редакція «Нового Времени» провела подорож Києвом і зафіксувала мурали, результатом їхньої роботи став лонгрид «Муралі Києва» (<http://nv.ua/ukr/project.html>). 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.

На регіональному рівні — у медіапросторі Черкащини — онлайн-сторителінг також знайшов свою нішу. На інформаційному інтернет-ресурсі «Про черк-інфо» розміщено десять лонгридів, серед них сім — із серії публікацій «Черкаський Донбас»: «Патріот» (<http://procherk.info/longread/patriot.html>), «Ми завжди у своєму Щасті були...» (<http://procherk.info/longread/chedon1.html>), «Хто в домі господар?!» (<http://procherk.info/longread/chedon2.html>), «Майбутнє пов'язую з Черкасами... Але вболіваю за луганську «Зорю» (<http://procherk.info/longread/chedon3.html>), «Каратист зі Сходу: У пошуках правильного шляху» (<http://procherk.info/longread/chedon4.html>), «Дзюдоїст зі Сходу: «Мрію привезти в Черкаси олімпійську медаль» (<http://procherk.info/longread/chedon5.html>). На сайті кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького представлено матеріали: «Топ-10 досягнень кафедри журналістики, реклами та PR-технологій» (<http://project7220.tilda.ws/page20899.html>), «СТБ ЧНУ» (<http://project8825.tilda.ws/page207723.html>), «Книги — кораблі думок на хвилях часу: топ-10 цікавих фактів про книги» (<http://project8825.tilda.ws>), «ПОКЛИКАННЯ: запобігти, урятувати, допомогти» (<http://project8825.tilda.ws/page208698.html>). Кількість переглядів, наявність коментарів, просування в соціальних мережах засвідчують ефективність мультимедійних історій як інноваційного та унікального в Черкаській області формату.

У річищі питання про історію появи й розвитку лонгридів заслуговує на увагу позиція деяких учених, зокрема А. Золотухіна та Ю. Мажариної, які вважають лонгрид не інноваційним форматом, а видозміненим жанром нарису, що «у 90-ті роки погано пристосовувався до серйозних змін у журналізмі» та нині відроджується, пропонуючи читачеві «не просто читання, а цілий досвід переживань через різні способи проникнення в суть матеріалу» [18, 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 все ж нова жанрова форма, що потребує текстового та візуального контенту, гармонійного синтезу засобів, які вможливають створення доступного в змістовому вимірі й естетично довшеного тексту.

Висновки. Нині онлайн-сторителінг перебуває на етапі інтенсивного формування, він синтезує ознаки різних жанрових форм, апробує мультимедійні інструменти. Мультимедійна історія — це не лише докладно продуманий і технічно непростий матеріал, але й витвір журналістського мистецтва. Для практичної журналістики онлайн-сторителінг є форматом, що синтезує текстову, фото-, аудіо- та відеоінформацію. Перспективу подальших наукових пошуків убачаємо в практичному аспекті (створення нових медіапродуктів) і теоретичному вимірі (дослідженні платформ для верстання мультимедійних історій).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Журналістика даних та візуалізація : підручник із крос-медіа / І. Крессу, М. Гузун, Л. Василик. — Bonn / Germany — Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. — 144 с.
2. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста : учеб. пособ. / А. В. Колесниченко. — М. : Аспект-пресс, 2013. — 400 с.
3. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике / В. В. Кихтан. — Ростов на Дону : Феникс, 2004. — 160 с.
4. Койчева Т. Как сделать ваши истории лучше? [Электронный ресурс] / Т. Койчева. — Режим доступа : <http://lifehacker.ru/2012/12/25/kak-sdelat-vashi-istorii-luchshe/>.
5. Ісаєвич Я. Д. Українське книговидання: Витоки. Розвиток. Проблеми / Я. Д. Ісаєвич. — Львів : Ін-т українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2002. — С. 15–41.
6. Амирханова Г. Мультимедийный лонгрид. Правила, примеры, сервисы [Электронный ресурс] / Г. Амирханова. — Режим доступа : <http://bestapp.menu/longrid-pravila-primery-servisy/>.
7. 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/>.
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/.
9. Пуля В. Как создать мультимедийный лонгрид? / В. Пуля // Журналист. — 2015. — № 2. — С. 44–45.
10. Тужанський Д. Як написати longread [Електронний ресурс] / Д. Тужанський. — Режим доступу : <http://journalism.ucu.edu.ua/program-highlights/3755/>.
11. Вікман М. Сторітелінг — це як складання конструктора [Електронний ресурс] / М. Вікман. — Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how_to/mats_vikman_storiteling_tse_yak_skladannya_konstruktora/.
12. Короленко М. Трансмедіа сторітеллінг: вимога цифрової епохи [Електронний ресурс] / М. Короленко. — Режим доступу : <http://ua.ejo-online.eu/1330/цифрові-медіа/трансмедіа-сторітеллінг-вимога-цифр>.
13. Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособ. для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 320 с.
14. Пильгун М. А. Transmedia Storytelling: перспективы развития медиатекста [Электронный ресурс] / М. А. Пильгун. — Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/1773>.
15. Колесниченко А. В. Практическая журналистика : учеб. пособ. / А. В. Колесниченко. — М. : изд-во Московского ун-та, 2008. — 178 с.
16. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособ. / А. А. Тертычный. — М. : Аспект Пресс, 2002. — 320 с.
17. Василик Л. Є. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики / Л. Є. Василик // Наукові записки Інституту журналістики. — 2013. — Т. 52. — С. 297–300.

18. Золотухин А. А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история — как новые вершины журнализма? / А. А. Золотухин, Ю. Н. Мажарина // Вестник Воронежского государственного университета. — 2015. — № 2. — С. 93–96.
19. Патрікеєва Н. Гра в довгу: який лонгрід потрібен читачу [Електронний ресурс] / Н. Патрікеєва. — Режим доступу : http://redactor.in.ua/ru/analytics/7998.Gra_v_dovgu_yakiy_longrid_potriben_chitachu.

REFERENCES

1. Kressu, I., Huzun, M. & Vasylyk, L. (Eds.) (2015). Zhurnalistyka danykh ta vizualizatsiia : pidruchnyk iz kros-media. Germany ; Romania: Schiller Publishing House (in Ukrainian).
2. Kolesnichenko, A. V. (2013). Nastolnaia kniga zhurnalista. Moskva: Aspekt-press (in Russian).
3. Kihtan, V. V. (2004). Informacionnye tehnologii v zhurnalistike. Rostov na Donu : Feniks (in Russian).
4. Kojcheva, T. (2012). Kak sdelat vashi istorii luchshe? Retrieved from <http://lifehacker.ru/2012/12/25/kak-sdelat-vashi-istorii-luchshe/> (in Ukrainian).
5. Isaievych, Ya. D. (2002). Ukrainske knyhovydannia: Vytoky. Rozvytok. Problemy. Lviv: In-t ukrainoznavstva im. I. Krypiakevycha NAN Ukrainy, 15–41 (in Ukrainian).
6. Amirhanova, G. (2015). Multimediiyni longrid. Pravila, primery, servisy. Retrieved from <http://bestapp.menu/longrid-pravila-primery-servisy/> (in Russian).
7. Smutko, A. (2015). Bery u pyshy: yak stvoryty multymediiniy tekst u formati longread. Retrieved from <http://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/> (in Ukrainian).
8. Fanta, I. (2014). Lonhridy mozhut zaluchaty na sait takyi sami trafyk, yak i topovi novyny. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sait_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_novini_ilona_fanta/ (in Ukrainian).
9. Pulja, V. (2015). Kak sozdat multimediiyni longrid? Zhurnalist, 2, 44–45 (in Russian).
10. Tuzhanskyi, D. (2015). Yak napysaty longread. Retrieved from <http://journalism.ucu.edu.ua/program-highlights/3755/> (in Ukrainian).
11. Vikman, M. (2015). Storitelinh — tse yak skladannia konstruktora. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how_to/mats_vikman_storiteling_tse_yak_skladannya_konstruktora/ (in Ukrainian).
12. Korolenko, M. (2013). Transmedia storitellinh: vymoha tsyfrovoi epokhy. Retrieved from <http://ua.ejo-online.eu/1330/tsyfrovi-media/transmedia-storitellinh-vymoha-tsyfr> (in Ukrainian).
13. Lazutina, G. V. (2011). Zhanry zhurnalistykogo tvorchestva. Moskva: Aspekt Press (in Russian).
14. Pilgun, M. A. (2015). Transmedia Storytelling: perspektivy razvitija mediateksta. URL : <http://www.mediascope.ru/node/1773> (in Russian).
15. Kolesnichenko, A. V. (2008). Prakticheskaja zhurnalistika. Moskva: izd-vo Moskovskogo un-ta (in Russian).
16. Tertychnyi, A. A. (2002). Zhanry periodicheskoi pechati. Moskva: Aspekt Press (in Russian).
17. Vasylyk, L. Ye. (2013). Kros-media yak trend suchasnoi zhurnalistyky. Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky, vol. 52, 297–300 (in Ukrainian).

18. Zolotuhin, A. A. (2015). Longrid, snoufoll, multimediyanaia istoriia — kak novye vershiny zhurnalizma? Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta, 2, 93–96 (in Russian).
19. Patrikieieva, N. (2016). Hra v dovhu: yakyi lonhrid potriben chytachu. Retrieved from <http://redactor.in.ua/ru/analytics/7998>. Gra_v_dovgu_yakiy_longrid_potriben_chitachu (in Ukrainian).

DIACHRONIC PROJECTION OF ONLINE STORYTELLING

O. A. Nesterenko

*Bohdan Khmelnytsky Cherkasy National University
81, Shevchenko Blvd., Cherkasy, 18031, Ukraine
o_nesterenko2008@ukr.net*

In the article, the author has determined the scientific and theoretical basis used to multimedia stories research as a new format of online journalism. Online storytelling has been analyzed through diachronic lenses. The potential of the syncretic innovation format in presenting the information at the international, national and regional levels has been described. It is emphasized that longreads emerged with the advent of accessible information technology and media production techniques creating a unique environment — a synthesis of various types of verbal, visual and audio information. The author has concludes that modern motivated consumers of information need explanatory journalism that reports the complex events and phenomena in an accessible visualized format with multimedia elements, special design and many more. Rapid penetrating of longreads in the communication space has proved to be viable and necessary.

Keywords: *multimedia, media story, longread, Internet resource, Internet platform, format.*

Стаття надійшла до редакції 11.07.2016.

Received 11.07.2016.