

Отже, антична література потрапляла у відповідний клас (грецька, римська) та комбінувалася за допомогою СВ періоду 82'01 або ЗВ часу (Таблиця 1g) — "652" Стародавній світ. Античність.

Правильно побудований індекс (станом на 2011 р.) буде такий:

за допомогою СВ періоду 82'01:

821.14+821.124]01.09(075.8)

за фасетною класифікацією:

821.14'01.09(075.8);

821.124'01.09(075.8).

за допомогою ЗВ часу (Таблиця 1g):

821.14+821.124].09"652"(075.8).

за фасетною класифікацією:

821.14.09"652"(075.8);

821.124.09"652"(075.8).

Згідно зі щорічним бюлетенем "УДК. Зміни та доповнення (2012—2013)" давньогрецькій літературі 821.14'01 відповідає 821.142 Давньогрецька / класична грецька / еллінська грецька, а 821.124'01 Класична латинь має тепер клас 821.124.2, тому індекси за фасетною класифікацією будуть такими:

821.142.09(075.8);

821.124.2.09(075.8).

Валентина Муравйова,
завідувач відділу класифікаційних систем
Книжкової палати України

Анна Діденко,
науковий співробітник
відділу класифікаційних систем
Книжкової палати України



ЖУРНАЛІСТИКА ТА ЗМІ

УДК 070.431:07](477)



Сергій Шашенко,
старший викладач КНУКіМ

Комунікаційні аспекти сучасних мультимедійних лонгрідів: українська практика

Охарактеризовано та уточнено визначення мультимедійного лонгріду в сучасному медіапросторі, з'ясовано способи представлення й структуризації інформації. Здійснено дослідження комунікаційних ознак мультимедійних лонгрідів та окреслено їхні комунікаційні особливості в українському медіапросторі, проаналізовано форми візуальної комунікації, технологічні засоби представлення мультимедійного контенту й психологічні методи впливу для утримання уваги читача та спрощення засвоєння матеріалу.

Ключові слова: лонгрід, візуальна комунікація, нові медіа, медіапростір, мультимедіа, мультимедійний контент.

Постановка проблеми. Останніми роками актуальною темою в середовищі теоретиків та практиків мас-медіа залишається скорочення довжини повідомлень ЗМІ та мініатюризація пристроїв, з яких користувачі споживають медіатексти. Читачі інтернет-публікацій здебільшого очікують від журналістів коротких повідомлень, які можна прочитати з невеликого екрана, наприклад телефона, смартфона чи планшетного ПК. Учені визначають такий феномен, як "твіттеризація" медіа, відзначаючи, що Твіттер, інші мікроблоги та соціальні мережі формують в аудиторії звичку до читання коротких текстів і заголовків. Причиною цього явища стало загальне зростання обсягу інформації, що генерується та транслюється. В епоху цифрових медіа людина живе в умовах інформаційного пере-насенення, коли неможливо охопити колосальний

потік повідомлень. Поширена думка, що з цієї причини довгий текст в Інтернеті "вмирає".

Однак практика журналістики свідчить, що значний за обсягом текст не зникає з медійного поля, а знаходить нове втілення, видозмінюючись і набуваючи нових якостей та особливостей у цифровому медіапросторі. Впродовж останніх років у нових медіа набула популярності журналістика довгих форм (англ. *Long-form journalism*), що підтверджено дослідженням, проведеним Pew Research Center у травні 2016 р. [2]: користувачі мобільних пристроїв вдвічі більше часу проводять за читанням довгих статей, ніж стислих новинних текстів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З'явившись в українському інформаційному просторі, лонгріди привернули увагу дослідників. Зокрема, Р. Вербовий та І. Мацишина, розглядаючи тему сторітелінгу,

навели основні їх ознаки; О. Ситник досліджував їх з позиції композиційно-графічного моделювання; О. Євменова та Т. Дубровна з'ясовували жанрову специфіку журналістики, а О. Нестеренко — передумови виникнення лонгвідів та їх жанрову природу. Враховуючи інтерес науковців до лонгвідів, *актуальним* вважаємо дослідження їхніх комунікаційних ознак в українських ЗМІ.

Метою статті є окреслення комунікаційних особливостей мультимедійних лонгвідів в українському медіапросторі.

Завдання статті:

— розглянути специфіку формату лонгвіду в новітніх медіа;

— конкретизувати поняття мультимедійного лонгвіду в сучасному медіапросторі;

— визначити принципи розроблення структури мультимедійних лонгвідів;

— проаналізувати форми візуальної комунікації й технологічні прийоми представлення мультимедійного контенту українських лонгвідів;

— визначити психологічні методи впливу для утримання уваги читача та кращого засвоєння інформації.

Виклад основного матеріалу. Формат "лонгвід" вперше використано у ЗМІ наприкінці 2012 р., коли на сайті The New York Times було розміщено мультимедійний матеріал, який суттєво відрізнявся від тих, що раніше створювала онлайн-редакція газети. Тенденцію підхопили The Washington Post, The Guardian та інші відомі онлайн-видання. У 2014 р. лонгвіди вже стали одним із провідних трендів у веб-дизайні [24]. В українських ЗМІ цей формат набув популярності від 2015 р.

Від початку з лонгвідом працювали лише окремі великі редакції, адже він вимагав значних грошових і ресурсних вкладень. Поступово мас-медіа виробили алгоритм, завдяки якому можна прискорити процес створення такого мультимедійного продукту, зробити його менш трудомістким. Аналіз аспектів роботи над лонгвідами в Україні та за кордоном доводить, що кількість людей, які працюють над цим форматом, як і терміни, відведені на окремий проект, дедалі скорочуються.

Розроблено спеціальні веб-платформи, які допомагають виготовляти лонгвіди за принципом конструктора. Наприклад, Tilda Publishing або Scroll Kit дають можливість сконструювати мультимедійний твір навіть новачкові, який не має навичок програмування. Сьогодні команда з трьох-чотирьох фахівців цілком здатна створити лонгвід, якщо учасники мають певні журналістські вміння й креативне мислення.

Головною ознакою лонгвідів є контент, дібраний на протигагу мініатюризації медіаповідомлень та спрямований на повільний, вдумливий перегляд, читання й засвоєння. Як наслідок, виник термін "лонгвід" (англ. *Digital long-form, longread*), який поступово з англійської журналістики перейшов у теорію та практику журналістикознавства в Україні. Під цим терміном розуміють як друкований текст, так і мультимедійний твір, в основу якого розміщено текст великого обсягу [6].

Працюючи зі значною кількістю інформації, сучасні фахівці, зокрема копірайтери та дизайнери, намагаються стежити за новітніми течіями, тенденціями й засобами у сфері виготовлення лонгвідів, це природна рефлексія професіоналів на швидкі технологічні зміни. Отже, постає закономірна потреба в науковому осмисленні нових дефініцій, їхньої класифікації, систематизації та аналізу. Сьогодні спеціалісти медійної сфери вживають поняття "лонгвід" у різноманітних контекстах, багатозначно, що призводить до виникнення численних неузгоджених понять. Відповідно, слід конкретизувати термін та аспекти його вживання.

У контексті розвитку цифрових медіа лонгвід — це спосіб послідовно й логічно подати тематично організований масив інформації у структурованому вигляді, застосовуючи різноманітні форми візуальної комунікації, технологічні прийоми представлення мультимедійного контенту та психологічні методи впливу для того, щоб утримати увагу читача та спростити засвоєння матеріалу. Проте лонгвід не лише значний обсяг тексту, а й змістовно викладена історія, а отже сучасному журналістові потрібні знання й досвід створення та поєднання різноманітних форм візуального контенту всередині матеріалу.

Загальновідомо, що довгі тексти у мережі не сприяють комунікації так ефективно, як стисло й лаконічно сформульовані порції інформації у форматі тез чи повідомлень. Люди часто звертаються до Інтернету для отримання потрібних відомостей у максимально короткі терміни. За даними PureInternet, бар'єр "довжини", тобто ефект, коли людина закриває новину не читаючи, бо бачить задовгий текст, становить 1,8—2 тис. знаків [25].

З огляду на широкий інструментарій засобів комунікації сучасних мультимедіа поняття "лонгвід" втрачає характеристику суцільного масиву тексту. У конкретиці цифрових мультимедійних технологій *лонгвід* — це комплекс, що складається безпосередньо з тексту, доповненого відео та аудіороліками, презентаціями, інфографікою, фоновою музикою, ілюстраціями (зокрема й інтерактивними), вбудованими цитатами тощо. Найважливішою жанроворчою характеристикою є взаємопов'язаність цих елементів між собою. Вони не лише доповнюють текст, а корелюють з ним за принципами паритетності. В такому матеріалі вкрай важлива послідовність викладу, гармонійне поєднання всіх частин — якісна та кількісна характеристики ілюстративного ряду, шрифтів, кольорів тощо.

Окрім послідовності у структурі інформації та різноманітності способів її представлення, важливою особливістю лонгвідів є нестандартне розкриття теми або ґрунтовне опрацювання питання, що надає матеріалові ознак аналітичності. Головна мета автора — привернути увагу читача несподіваною чи захопливою історією або подати вже відому, але актуальну розповідь у цілковито новому ракурсі.

Особливість лонгвіду полягає у комплексному залученні жанрових, методичних і технологічних засобів сучасного медіапростору, що зумовлює зростан-

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 гостросоціальну, трендову, актуальну для певної галузі або таку, 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 Гогольfest", "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 лонгрідів виокремимо "In Memo-giam. 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 лонгрідів для представлення вибірок чи топів, наприклад "100 блогерів України: лонгрід", "Всесвіт "Зоряних воєн", "Україна і Євробачення: як наші конкурси підкорювали" тощо. З-поміж них є навіть лонгріди про лонгріди ("15 найкращих лонгрідів 2015 — ТСН", "Встигніть у цьому році: розкішні лонгріди 2016-го").

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

Зауважимо, що створення лонгріду пов'язано не тільки з написанням довгих текстів, а й з тривалою роботою над джерелами, кількістю яких може сягати кількох десятків. Цей журналістський формат потребує ретельного опрацювання великих обсягів інформації й копійкою 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 (лонгрід "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 лонгріду. Часто в новому форматі текстовому контенту притаманний синкретизм жанрів та низка особливостей, що відрізняє його від твору для преси. У лонгріді текстовий простір набуває багатомірності — 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 аудіо-візуальними 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 лонгрід 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 лонгріду, приділяючи увагу, зокрема, таким нюансам, як місце розташування мультимедійного контенту, вибір шрифтів, форматування тексту.

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

Якісному лонгріду 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 лонгріду — 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 лонгріду 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 спец-проекті 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 лонгріду 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 хронікою 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 "Таємниці 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 — лонгрід "Два роки після розстрілів на Євромайдані: інтерактивна мапа": "BBC Україна" [7].

Важливим етапом створення лонгріду 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 лонгріду: 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 лонгріду 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 лонгрідів, важливо виходити з принципу: історія — сюжет —

логіка — послідовність — структура. Зазвичай тему розкривають за допомогою логічно впорядкованої та послідовно викладеної історії, а логіка й послідовність зумовлюють структуру матеріалу. Цього підходу потребують, зокрема, масштабні теми: важливо зрозуміти, що в центрі викладу — проблема, герой чи подія. Слід розкласти теми на частини та опрацювати логіку й структуру кожної з них. Останнім часом набули поширення й нелінійні лонгріди, логічна структура яких потребує ретельного опрацювання.

Лонгріди використовують для висвітлення тем, які складно розкрити в межах стислого викладу, — великі та складні ідеї, історії людей, актуальні чи маловідомі явища й концепції. Завдяки специфіці формату, лонгріди дають змогу розкрити матеріал якнайповніше, з усіма значущими деталями.

Список використаної літератури

1. *Jacobson S.* The digital animation of literary journalism / S. Jacobson, J. Marino, R. Gutsche // *Journalism*. — 2015. — First published online February 5, 2015. — DOI: 10.1177/1464884914568079.
2. *Mitchell A.* Long-Form Reading Shows Signs of Life in Our Mobile News World / A. Mitchell, G. Stocking, K. Matsa., 2016. — 39 p.
3. *Revers M.* The augmented news beat: special structuring in a Twitertized news ecosystem / M. Revers // *Media, culture & society*. — 2015. — 37 (1). — P. 3—18. — DOI: 10.1177/0163443714549085.
4. *Timeline: The Mystery of Malaysia Airlines Flight 370.* — Mode of access: https://mashable.com/2014/03/13/timeline-malaysia-airlines-flight-370/?utm_cid=#5GM8rdXOWgq5/. — Title from the screen.
5. *Встигніть у цьому році: розкішні лонгріди 2016-го.* — Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/vstignit_u_tsomu_rotsi_rozkishni_longridi_2016go/. — Назва з екрана.
6. *Галустян А.* Мультимедійні лонгріди як новий формат онлайн-журналістики / А. Галустян, Д. Кульчицкая. — Режим доступу: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/>. — Загл. с екрана.
7. *Два роки після розстрілів на Євромайдані: інтерактивна мапа.* — Режим доступу: http://www.bbc.com/ukrainian/politics/2016/02/160216_clickable_shooting_maidan_anniv_dt. — Назва з екрана.
8. *День, когда кончилась война. Хроника событий весны 1945 года и воспоминания очевидцев.* — Режим доступу: <http://www.kommersant.ru/projects/9may>. — Загл. с екрана.
9. *Иловыйский ад.* — Режим доступу: <http://tsn.ua/special-projects/ilovaisk/>. — Загл. с екрана.
10. *Інтерактивні статті, які вчать по-новому розповідати історії.* — Режим доступу: <http://mediakritika.by/article/2212/interaktivnye-stati-kotorye-uchat-po-novomu-rasskazyvat-istorii>. — Назва з екрана.
11. *Интернет-СМИ: Теория и практика* : учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М. М. Лукиной. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 348 с.
12. *Квіт С.* Масові комунікації : підручник / С. Квіт. — Київ : Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2008. — 206 с.
13. *Колесніченко А. В.* Довгі тексти (лонгріди) в сучасній російській пресі / А. В. Колесніченко // *Медіаскоп*. — Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/1691>. — Назва з екрана.
14. *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. — Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. — 234 с.
15. *Лонгрід* — це рушниця, що вистрілює декілька разів — редактор Focus.ua // *Європейська обсерваторія журналістики*. — Режим доступу: <https://ua.ejo-online.eu/3276/etyka-ta-yakist>. — Назва з екрана.
16. *Лонгрід* — це що таке? Правила створення і приклади. — Режим доступу до ресурсу: <http://reptinua.ru/korisna-informacija/22030-longrid-ce-shho-take-pravila-stvorennja-i-prikladi.html>. — Назва з екрана.
17. *Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика* : материалы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. — Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2010 — 146 с.
18. *Місто-привид.* Чим живе Прип'ять. — Режим доступу: <http://tsn.ua/special-projects/ghost/>. — Назва з екрана.
19. *Ситник О. В.* Комунікативна спрямованість композиційно-графічного моделювання як складник стратегії розвитку новинних порталів : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій / Ситник Олексій Валерійович ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. — Київ, 2015. — 16 с.
20. *Україна і світ 2030.* Яким буде світ через 14 років і яке місце в ньому має зайняти Україна // *ООО "Видавничий дім "МЕДІА-ДК"*. — Режим доступу: https://nv.ua/ukr/project/s_ukraina-i-mir-2030.html. — Назва з екрана.
21. *Шевченко В. Е.* Мультимедійний контент : конспект лекцій з навчальної дисципліни / Вікторія Шевченко. — Київ, 2016. — 100 с.
22. *Что такое лонгрід и с чем его едят?* — Режим доступу: <https://webbuilding.com.ua/ukr/articles/long-read/>. — Загл. с екрана.
23. *Що таке лонгрід?* // *Сучасна бібліотека*. — 2014. — Режим доступу: <http://sbiiblioteka.blogspot.com/>. — Назва з екрана.
24. *Що таке лонгріди на сайтах.* — Режим доступу: <http://webstudio2u.net/ua/design-web/857-cho-takoe->. — Назва з екрана.
25. *Як "УП. Життя" робить великі мультимедійні історії* // *Redactor.in.ua*. — Режим доступу: <http://redactor.in.ua/ru/practice/6317>. — Назва з екрана.

Охарактеризовано и уточнено определение мультимедийного лонгрида в современном медианпространстве; рассмотрены способы представления и структуризации информации. Проведено исследование коммуникативных признаков мультимедийных лонгридов и очерчены их коммуникационные особенности в украинском медианпространстве; проанализированы формы визуальной коммуникации, технологические приемы представления мультимедийного контента и психологические методы влияния для удержания внимания читателя и упрощения усвоения материала.

Described and specified determination of multimedia longread in modern mediasphere; the methods of presentation of information are considered. Research of communicative signs of multimedia longrids is conducted and their of communication features are outlined in Ukrainian mediasphere; the forms of visual communication, technological receptions of presentation of multimedia content and psychological methods of influence, are analysed for withholding of attention of reader and simplification of mastering of material.

Надійшла до редакції 14 травня 2018 року