

УДК 007 : 304 : 070

Тонкіх І.Ю.¹

¹ канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛОНГРІДІВ В ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

Останнім часом в інтернет-медіа зростає популярність «журналістики довгих форм», що засвідчує широке використання формату лонгрідів. Починаючи з 2014 г., на сайтах українських інтернет-видань з'являється

багато великих за обсягом мультимедійних матеріалів, що мають на меті утримувати увагу читачів протягом тривалого часу. Зважаючи на новизну явища, зростання інтересу до нього як з боку журналістів, так і з боку читачів, та відсутність чітких критеріїв та вимог до формування контенту лонгвідів, дослідження їх жанрово-тематичних особливостей в інтернет-медіа на сьогодні набуває актуальності.

Мета роботи – визначити жанрово-тематичні особливості формату лонгвідів в українських інтернет-медіа.

Формат лонгвіду привертає увагу багатьох науковців. У своїх роботах аналізують його типологічні особливості Ю. Блажесівська, А. Галустян, О. Градюшко, К. Дюжева, Д. Кульчицька, М. Миронова, О. Харитоненко, С. Шашенко та ін. Більшість дослідників визначають лонгвіди як формат публікацій або «спосіб подачі інформації», суттєвими ознаками якого є мультимедійність, пріоритет візуального контенту, нелінійна структура, належність до «журналістики довгих форм». Проте поза увагою науковців дотепер залишається специфіка жанрових модифікацій лонгвідів та залежність вибору формату публікацій від обраних тем.

У сучасній інтернет-журналістиці співіснують дві головні тенденції розвитку – це, з одного боку, скорочення довжини повідомлень, домінування інформаційних видань та новинних форматів, з іншого боку – зростання популярності «Long-form journalism» – «журналістики довгих форм». Пріоритет першого або другого залежить від виду інтернет-медіа: в інформаційних агентствах, журналістських (персональних або корпоративних) публіках соціальних мереж, на сайтах інтернет-порталів домінують лаконічні новинні повідомлення, що обумовлюється типологічними особливостями цих видів інтернет-медіа та технологічними умовами їх функціонування. В інформаційно-аналітичних виданнях, онлайн-версіях журналів або телеканалів спостерігається тяжіння до «довгих форм», відтак формат лонгвіду набуває особливої популярності.

Зазвичай лонгвіди визначають як формат, а не жанр публікацій, оскільки в одному матеріалі можуть поєднуватися жанрові ознаки інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних матеріалів.

Лонгвіди – це великі за обсягом матеріали, розраховані на тривале читання і спрямовані на всебічний розгляд певної теми. Як правило, об'єктом уваги журналістів у лонгвідах стають дискусійні теми, складні проблеми, неоднозначні поняття, що потребують роз'яснення, розгляду з різних точок зору, детального аналізу, зіставлення альтернативних поглядів. Тому у переважній більшості лонгвідів домінують елементи аналітичних жанрів: журналісти роз'яснюють сутність понять, визначають причинно-наслідкові зв'язки певних явищ, подій та процесів, надають їм оцінку або формують прогнози розвитку.

Велика кількість лонгрідів з'являється в інтернет-медіа наприкінці року, коли виникає необхідність підбиття підсумків у тій чи іншій галузі діяльності. З цією метою часто використовують жанр огляду, який у таких лонгрідах стає домінуючим і часто поєднується з елементами художньо-публіцистичних жанрів (як правило, нарису). Наприклад, на сайті видання «Insider» у грудні 2015 р. у рубриці «Підсумки року» біло опубліковано п'ять лонгрідів: «Театр», «Музика», «Література», «Кінематограф», «Мистецтво». Автори роблять огляд головних мистецьких подій за рік, використовуючи відповідні темі публікації мультимедійні формати: у лонгріді, присвяченому кіно, це постери і трейлери фільмів, у матеріалі про театр – це лише фотопортрети, оскільки тут подаються портретні нариси українських акторів та драматургів, у публікації «Музика» – це фотографії виконавців та аудіоподкасти з їх новими піснями.

Жанр огляду стає домінуючим у лонгрідах видання «Insider» у рубриці «Арт»: тут регулярно публікують огляди творів мистецтва на кшталт: «Двадцять сім творів української літератури, варті того, щоб їх ще раз прочитати», «Три книжки про самотність та способи їй протистояти» тощо. Жанр огляду, який дозволяє надати перелік певних об'єктів із їх стислою або розгорнутою характеристикою, набув надзвичайної популярності у блогах («топи», добірки «найкращого», рейтинги), а звідти ця тенденція поширюється і на інтернет-журналістику.

Формат лонгріду часто використовують на сайті видання «Фокус», у рубриках «Рейтинги» та «Довгий фокус». У першій рубриці переважає жанр огляду («100 найбільш впливових українців», «33 найкращих менеджера України», «100 найкращих шкіл України» тощо). У рубриці «Довгий фокус» публікують лонгріди, у яких поєднуються жанри репортажу, інтерв'ю, огляду та аналітичної статті. Темі стосуються культури, освіти та технологій.

Якщо лонгріди, присвячені темі культури, виконують переважно рекреативно-гедоністичну та виховну функцію, то публікації на тему технологій, економіки та політики містять більше аналітики та реалізують гносеологічну, соціально-регулятивну функції, функцію соціалізації та кореляції, функцію формування громадської думки та функцію соціальної критики. Такі лонгріди часто публікують на сайтах «Української правди», «ТСН», «Громадського телебачення», «Цензор.нет». При цьому основним мультимедійним форматом у цьому разі стає інфографіка, яка унаочнює результати теоретичних узагальнень та аналітичних розвідок.

Навіть інформаційні агентства, які традиційно надають перевагу новинним повідомленням, останнім часом також переходять до «журналістики довгих форм». Так, на сайтах «УНІАН» та «Укрінформ» публікують лонгріди, які синтезують елементи репортажів, аналітичних

інтерв'ю, статей, коментарів або мають вигляд дайджесту найбільш важливих і резонансних власних публікацій із нелінійною організацією матеріалів (за гіперпосиланнями можна переходити до інших публікацій).

Отже, в українських медіа, як в інформаційно-розважальних, так і в інформаційно-аналітичних, в останні шість років з'являється все більше лонгвідів, що демонструє тенденцію розвитку «журналістики довгих форм». На сайтах видань «Фокус», «Українська правда», «Insider», «Цензор.нет», інформаційних агентств «УНІАН» та «Укрінформ», сторінках «Громадського телебачення» та «ТСН» публікують значну кількість лонгвідів, у яких поєднуються жанрові ознаки інформаційної, аналітичної та художньо-публіцистичної груп (репортажів, інтерв'ю, оглядів, коментарів, статей, нарисів). Як правило, лонгвіди розміщують у рубриках «Політика», «Економіка», «Суспільство» та «Культура», оскільки саме ці теми часто стають найбільш резонансними та потребують детального розгляду та аналізу. Перспективою подальших досліджень може стати вивчення особливостей функціонування формату лонгвіду на сайтах різних інтернет-медіа.