

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

На тему «Лонгрід як форма сучасних медіа»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0619-1ж

Спеціальності 061 Журналістика

Освітньої програми «Журналістика»

Кушпет К. О.

Керівник: доц., к. соц. ком. Костюк Ю. В.

Рецензент: проф., д. соц. ком. Ковпак В. А.

Запоріжжя 2023

ЗМІСТ

Реферат	3
Завдання	4
Вступ.....	6
Розділ 1. Теоретичні засади дослідження на тему «Лонгрід як форма сучасних медіа».....	8
1.1 Журналістські жанри та їх функціонування на етапі розвитку інформаційних технологій.....	8
1.2. Лонгрід	14
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту.....	20
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту.....	20
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту	22
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту	22
2.4. Особливості оформлення проєкту	23
2.5. Технічні і програмні засоби.....	23
2.6. Зв'язок із творчим доробком (портфоліо)	23
Висновки	26
Список використаної літератури.....	28
Додаток А. Список матеріалів, створених у межах реалізації творчого проєкту.....	31
Додаток Б. Список матеріалів портфоліо	32
Декларація академічної доброчесності	33
Abstract	34

РЕФЕРАТ

Назва теми: «Лонгрід як форма сучасних медіа».

Обсяг основної частини роботи: 22 сторінка.

Кількість використаних джерел: 34.

Мета роботи: вивчення функціонування інформаційних жанрів на сучасному етапі розвитку журналістики, зокрема однієї із його субформ – лонгріду.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі завдання:

А) проаналізувати науковий підхід та розуміння термінів «репортаж» та «лонгрід»;

Б) дослідити ті аспекти, які сприяли розвитку мультимедійної журналістики;

В) визначити правила, яких має дотримуватися журналіст у процесі створення лонгріду;

Г) презентувати власний творчий доробок журналістських матеріалів.

Об'єктом дослідження є лонгрід як форма сучасних медіа.

Предмет дослідження: функціонування лонгріду у сучасному медійному просторі.

Формально-змістові характеристики проєкту.

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури. Обсяг основної роботи – 22 сторінки. Список використаної літератури включає 34 найменування (викладених на 3 сторінках).

Ключові слова: війна, Україна, українці, народ, окупанти, перемога.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність 061 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В.

«12» грудня 2022 року»

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СУДЕНТЦІ
Кушпет Каріні Олександрівні

1. Тема роботи – «Лонгрід як форма сучасних медіа» («Long Read as a form of current media»)

керівник роботи : Костюк Юрій Вікторович, доц., к. соц. ком.,
затверджені наказом ЗНУ від 30 грудня 2022 року 1903-с.

2. Строк подання студентом роботи - 9 червня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи - праці таких дослідників: Бідзілі Ю., Павліченко Т., Побідаш І., Робак В., Тонкіх І., Чабаненко М., Шнайдер В., Щашенко С.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) знайти і проаналізувати науково-методичну літературу;
2) написати письмові матеріали в стилі лонгріду.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання, видав, (дата, підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Костюк Ю. В., доц.	25.12.2022	25.12.2022
1 розділ	Костюк Ю. В., доц.	06.03.2023	06.03.2023
2 розділ	Костюк Ю. В., доц.	28.04.2023	28.04.2023
Висновки та додатки	Костюк Ю. В., доц.	09.06.2023	09.06. 2023

6. Дата видачі завдання 03 грудня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження	30.11.2022	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	24.12.2022	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури.	15.01.2023	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	23.03.2023	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	05.05.2023	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу	29.05.2023	Виконано
7	Оформити всі додатки	08.06.2023	Виконано
8	Пройти рецензування. Здати роботу на норм контроль	05.07.2023	Виконано
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру	20.07.2023	Виконано

Студент _____ Кушпет К. О.

Керівник роботи _____ Ю. В. Костюк

Нормоконтроль пройдено

Нормконтролер _____ М. В. Чабаненко

ВСТУП

Актуальність роботи. На сьогоднішній день суспільство та, журналістика зокрема, мають достатньо продуктивний прогрес у діяльності інформаційних технологій, імplementованості їх аспектів, формацій еволюцій в робочий процес. З іншої сторони, журналістські повідомлення та їх інструментарії регулярно використовуються не лише для забезпечення аудиторії дозованого інформування, але й для маніпуляцій ним у непрості часи: суспільно-політичних дестабілізаційних подій, ба більше – війнах. У такий період для людей виникає не проста опція– ефективно працювати із запропонованим медіа інформаційним продуктом.

З кожним роком медіа здійснюють еволюційний розвиток, прагнуть додати елементи мультимедійності, які вмілий професіонал конвертує у свій робочий процес, спробує запропонувати аудиторії щось нове, зручне та доступне у користуванні, інформаційно насичене. Одним із таких видів роботи працівника з мультимедійними опціями є лонгрід.

Отже, актуальність нашого наукового дослідження полягає у необхідності розуміння та вивчення лонгріду, не лише як сучасного способу інтеракції аудиторії в медіа. Але й беручи до уваги інтенсивність появи інформації в Мережі, оперативного нівелювання її актуальності, маніпулятивність, широкомасштабність використання неправдивої інформації, він є одним із інструментів, який впливає на формування громадської думки в журналістському інформаційному середовищі.

Метою цієї роботи є компетентне вивчення функціонування інформаційних жанрів на сучасному етапі розвитку журналістики, зокрема однієї із його субформ – лонгріду.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі завдання:

а) проаналізувати науковий підхід та розуміння термінів «репортаж» та «лонгрід»;

б) дослідити ті аспекти, які сприяли розвитку мультимедійної журналістики;

в) визначити правила, яких має дотримуватися журналіст у процесі створення лонгріду;

г) презентувати власний творчий доробок журналістських матеріалів.

Об'єктом дослідження є лонгрід як форма сучасних медіа.

Предметом дослідження є функціонування лонгріду у сучасному медійному просторі.

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури. Обсяг основної роботи – 22 сторінки. Список використаної літератури включає 34 найменування (викладених на 3 сторінках).

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ТЕМУ «ЛОНГРІД ЯК ФОРМА СУЧАСНИХ МЕДІА»

1.1. Журналістські жанри та їх функціонування на етапі розвитку інформаційних технологій

Нагадаємо, що традиційно відома журналістика розпочала своє функціонування ще декілька століть тому, проте з появою, розвитком та еволюціонуванням різних елементів технологій, вона набувала нової форми, окрасу, залучала до свого існування ті методи, які органічно (інколи не зовсім) вписувалися у її систему буття.

Саме тому деякі науковці чітко наголошують на тому, що: «Журналістика сучасного інтернет-простору суттєво відрізняється від традиційної» [11]. Та конкуренція, яка існує в Інтернеті спонукає до добротної роботи, гонити за увагою реципієнта, як наслідок на перший план виходить аспект способу подачі різноманітної інформації. Враховуючи той факт, що аудиторія, яка є споживачем контенту є достатньо різноплановою, відмінною за інтересами до контенту, журналістам потрібно значну увагу приділяти контексту інформаційного повідомлення, спиратися на побажання реципієнта, коло тих тем, що його хвилює.

Кордони жанрових форм медіа у Мережі вже тривалий час є нечіткими та постійно зміщуються, що регулярно призводить до виникнення змішаних (гібридних) форм жанрів. Відзначимо, що існують й такі, які можуть не мати аналогів у традиційних медіа, там де не можна використати переваги Інтернет особливостей.

Наше дослідження наочно демонструє, що і в сьогоденні дослідники та практики прагнуть віднайти ознаки, які допоможуть чітко окреслити та класифікувати функціонування певного жанру у Глобальній Мережі. Саме через таку перманентну, невизначену ситуацію, на думку вченої У. Лешко, маємо чималий набір слів-синонімів, серед яких «...«віртуальний жанр», «цифровий

жанр», «електронний жанр», «жанровий формат віртуального дискурсу», «гіпержанр» [11].

Вітчизняний дослідник А. Захарченко, у свою чергу, також є прихильником тієї думки, що Інтернет та жанр у ньому – це дещо відмінне явище, у порівнянні з традиційними медіа, наводить зрозумілі аспекти тієї різниці. Він зазначає, що «...жанр в інтернеті – усталений тип твору, який склався історично і відрізняється особливою комунікативною метою або способом публікації» [8., с. 27]. Складність диференціації жанрів у Глобальній Мережі викликана ще одним аргументом, а саме тим, що один і той же журналістський текст існує в ньому не як самостійна одиниця, а як елемент гіпертексту.

Дослідники О. Горошко та Є. Землякова аналізуючи жанри інтернет-комунікації, до них відносять такі елементи як сайт, блог, соціальну мережу, електронну бібліотеку. Окрім того такий перелік формують «...електронний лист, форум, чат, дошки оголошень, рекламні банери, комунікація за допомогою програм миттєвого обміну повідомленнями, віртуальна конференція, авторський пост і коментар» [6., с. 227].

Існує серед вітчизняної наукової когорти й думка, що усталені/традиційні жанри також органічно використовуються у Мережі, паралельно з якими виникають та активно співіснують новітні жанрові форми, поява яких була спричинена саме Інтернетом. Так, І. Тонкіх наводить такі результати наукового дослідження «...усі без винятку інтернет-видання публікують новини-хроніки, у більшості видань є репортажі, переважно мультимедійні, також бліц-опитування та інформаційні інтерв'ю. Натомість жанр звіту використовують нечасто» [17, с. 112].

Дослідниця зазначає, що серед матеріалів аналітичного спрямування ключові позиції утримують коментар, стаття та огляд. А такі представники відповідного жанру як рецензія та кореспонденція трапляються лише: або у спеціалізованих виданнях, або у певному прояві у деяких рубриках. Якщо вести мову про художньо-публіцистичні матеріали, то вони «...представлені

переважно нарисами та есеями, зрідка використовують замальовки, а фейлетонів і памфлетів не має взагалі» [17, с. 114].

Ми спробуємо не погодитися з такою думкою і зауважимо, що за останні декілька років, а особливо після буремних подій Революції, анексії та війни з анресором, в Україні виникло чимало цікавих інтернет-ресурсів, які працюють з відповідними жанрами, популяризують їх, прагнуть задовольнити естетичні вподобання, запити споживачів контенту (наприклад, «The Ukrainians», «Українська правда», «Новое Время», «Лівий берег», «Фокус», «Дзеркало тижня» та інші).

У дослідженні також акцентується увагу на тому, що з розвитком Інтернет технологій мультимедійність набуває провідного фактору у процесі жанрових видозмін або трансформацій, а одним з найпопулярніших жанрів в мережевій журналістиці стає мультимедійний репортаж (або відеорепортаж), стаття, інтерв'ю та огляд.

Не зважаючи на те, жанр репортажу з'явився ще в XIX столітті, проте з появою Світової Глобальної Мережі, медіа фахівці шукали спосіб як поєднати класику та інновації. На думку вченої Е. Гречаної «...один з провідних і найстаріших жанрів, який за допомогою інтернету «заново народився», при цьому зберігши свою початкову сутність» [7].

Вітчизняний науковець пропонує розглянути поняття «репортажу» у двох загальних конотаціях. Так, у першому випадку розуміє як «...повідомлення в мас-медіа про важливі події суспільного, мистецького та літературного життя» [1, с. 72]. Тут репортаж постає у дещо вужчому значенні. Вже у другій варіації репортаж тлумачиться дослідником як «...журналістський твір із групи інформаційних жанрів, поданий у формі емоційно піднесеної розповіді учасника певної події, безпосереднього свідка якогось явища» [1, с. 72]

Кажучи про сучасне інформаційно-медійне середовище, вчені приділяють значну увагу тому факту, що репортаж, хоч і зазнав незначних, «косметичних» змін, тим не менш, у загальному сприйнятті, його функціонуванні є досить подібним до тієї традиційної форми жанру, якою користуються, розуміють. На

думку групи дослідників: «Читачі більшою мірою цінують репортаж, ніж новини, тому що він надає людям можливість спостерігати за подіями майже наживо. У такий спосіб репортер дає змогу читачам заглянути через його плече» [21, с. 158].

Але коли цей традиційний жанр починає розміщуватися не на шпальтах друкованих видань, а в Мережі, то йому доводиться приймати ті умови, які він пропонує. Це вчергове демонструє гнучкість журналістських жанрів, їх дифузійність. Наприклад, створюючи матеріал в Інтернеті, легко вибудувати такі умови, щоб споживач контенту, у ході ознайомлення з ним, відчував себе так ніби перебуває безпосередньо в епіцентрі подій. Саме сучасні технології, технічні здатності журналістської роботи можуть забезпечити відповідну діяльність.

Не варто забувати, що Мережа також містить технології, які сприяють розміщенню, розповсюдженню небезпечних технологій: неправдивої, недостовірної інформації, маніпулятивних повідомлень, які є загрозовими для репортажу (коли в основі матеріалу є бажання дотримуватися професійних стандартів та вимог роботи медіа фахівця).

З одного боку, репортажі, що подаються в Інтернеті, можуть бути створені за стандартними правилами, проте неодмінно зазнаватимуть коректур, набуватимуть новітніх функціональних особливостей, адже будуть розміщені на специфічній платформі. «З іншої сторони, з'являються репортажі, що являються суттєво трансформованими різновидами цього жанру, притаманні лише новим медіа» [21, с. 164].

Як з'ясували вже, до першої групи належать класичні репортажі, проте відрізняються від подібних на сторінках друкованих видань технологіями та засобами, які існують завдяки Інтернету:

- а) гіперпосилання,
- б) органічне поєднання у матеріалі мультимедійних засобів: світлин, відео, аудіо, графіків та інше;

в) спроможність дискутувати, коментувати, аналізувати матеріал перебуваючи в режимі «онлайн».

Отже, за сприяння появи та розвитку Інтернету, традиційні репортажі почали додавати в свої матеріали аспекти гіпертекстуальності, інтерактивності та мультимедійності.

Одним із оригінальних, універсальних майданчиків розміщення різноманітного медійного контенту є Інтернет, що дозволяє в таких умовах для реципієнта бути не лише слухачем, глядачем або читачем, але й активним учасником процесу продукування журналістського матеріалу. На думку вченої У. Лешко «Інтернет сьогодні – це трансформована форма комунікаційної реальності, яка активно змінюється та удосконалюється. Ці зміни провокують виникнення нових явищ та жанрів. Популярними стають терміни «сторітелінг», «сноуфол», «лонгрід» [11, с. 228].

Розуміння й тлумачення науковцями таких понять є різними, неоднозначними, інколи контверсійними, як власне й до терміну «репортаж». Так, на думку І. Тонкіх новостворенні похідні традиційних жанрів, варто відносити до класифікації форматів «...у якому можуть синтезуватися різні журналістські жанри і поєднуватися вербальний і візуальний контент, а також елементи дизайну [17, с. 99].

У свою чергу, І. Мацишина пропонує класифікувати лонгрід як самостійну форму сучасної (мультимедійної) журналістики [13, с. 149].

Дослідниця М. Чабаненко прагне проаналізувати лонгрід, поглянувши на це явище, зважаючи на стилістику його використання, зовнішні характеристики та ідентифікує як «...багатоформатний жанр інтернет-журналістики, розрахований на перегляд, перш за все, з гаджетів із сенсорними дисплеями;... різновид інтернет-публікацій, цікава мультимедійна розповідь великого розміру»[19,с.12].

Закордонні вчені, аналізуючи лонгрід, особливу увагу надають його функціональним особливостям, зокрема коли він «...прагне захопити свою

аудиторію, об'єднавши текст, фотографії, циклічні відео, динамічні карти та візуалізації даних в єдине ціле» [30, с. 26].

Що ж саме дозволило аналізованого нами жанру стати популярним та вживаним серед аудиторії? На погляд деяких дослідників такому результату сприяло поєднання мінімального інтерфейсу споживача з візуальними функціями, подаються як «кінематографічний» ефект [26, с. 214].

Група інших вчених, у фокусі уваги яких перебувають саме ті жанри, які характеризуються об'ємністю, масштабністю і використанням мультимедіа, евалюють думку, що імплементація корисних технологій у форматний сторітелінг дозволила лонгріду вивести на якісніший рівень аспекти літературної журналістики [30, с. 14].

Група дослідників наводять оригінальну градацію елементів лонгріду, де одні відіграють первинну роль – текст з гіперпосиланнями, фото, відео або аудіо [2, с. 29]. На їх думку, такі компоненти є нагальними, які чітко засвідчують валідність жанру, як в принципі і кожної журналістської мультимедійної історії. Проте існують й менш важливі компоненти, серед яких вирізняють «...слайд-шоу, інфографіку, карикатуру, інтерактивні форми (голосування, коментарі, рейтинги)» [2, с. 29].

Вивчаючи явище лонгвідів, науковці виділяють такі його основні характеристики:

«Значні за розміром фото, нерідко займають весь екран. Досить часто одна з них грає роль фону (обкладинки) для заголовку.

Великий шрифт основного тексту.

Фрагментація тексту виражена досить яскраво.

Виділення фрагментів у вигляді «врізок».

Наявність підзаголовків,

Наявність мультимедійності.

Дуже багато тексту» [2, с. 29].

Отже, жанри інтернет-журналістики інтенсивно розвиваються, взаємодіють, трансформуються та орієнтуються на багатогранність і

динамічність мережевого простору й сучасного споживача інформації. Тому все-таки є потреба вироблення єдиної концепції в українській жанрології щодо групування веб-жанрів.

1.2. Лонгрід

Як нами вже було описано у попередньому підрозділі, лонгрід – є специфічним підвидом журналістського матеріалу, який характеризується багатofункціональністю, мультимедійністю, слугує як інформативний журналістський продукт, оперує значним масивом інформації, має популярність серед аудиторії. Його технічні та функціональні характеристики дозволяють залучати сучасні технології, бути ненав'язливим для аудиторії, надає можливість відкладеного перечитування і т.п.

Перші згадки про «лонгрід» помічені наприкінці 2012 року, коли на веб сторінці поважного видання «The New York Times» був розміщений з'явився мультимедійний журналістський продукт, який мав помітну різницю з тими, які редакція публікувала попередньо. Згодом, коли такий вид матеріалу став трендовим, подібний продукт почали створювати «The Washington Post», «The Guardian» та інші популярні Інтернет-видання [12].

На самих початках лонгрід сприймався як непростий, недешевий вид журналістської діяльності: фінансовий аспект, людський ресурс, який не міг обмежитися одним робітником, залучення інших аспектів відповідної діяльності. З часом, за словами С. Шашенко, редакції навчилися робити аналізований нами журналістський матеріал, оптимізували процес його вироблення: як у економічній складовій, так і часовій. Тепер редакції витрачають менше часу, а кількість людей, що бере участь у створенні матеріалу значно скоротилася [20].

Дослідник М. Кригель, роздумуючи над якістю продукту, наголошує на важливості фактору кількості, що беруть участь у процесі його розробки. «Міфічність цього підходу полягає в тому, що лонгрід – це текст, який звертали нашвидку. Але це не про лонгрід, а про лонгрідоподібний жанр. Продукт, який

роблять дві людини, дуже відрізнятиметься від того, що називається лонгрідом у його первісному значенні. Над якісним лонгрідом працюють журналісти, відеографи, фотографи, спеціалісти з інфографіки, відеомонтажери, аудіорежисери. Зробити такий матеріал одній або двом людям протягом трьох днів неможливо» [12].

Ба більше, почали виникати спеціалізовані мультимедійні платформи, які сприяють розробці та випуску інформаційного продукту за принципом конструктора. «Тому зараз команді з трьох-чотирьох людей цілком під силу створити лонгрід, якщо учасники володіють достатніми журналістськими вміннями і креативним мисленням» [20].

Якщо інформаційне повідомлення в основі своєї побудови має лаконічне стисле повідомлення створене журналістом, то лонгрід був розроблений як певна протиположність замітці. Пріоритетним способом його сприйняття є поступове, розлоге сприйняття контенту.

Поважне вітчизняне медіавидання «Детектор медіа» наводить думку одного із редакторів Washington Post Террі Рупара, який вказує на той факт, що «...розлогі статті прочитають лише ті, хто зацікавлений у темі й готовий витратити час на читання, а не прийшов на сайт переглянути коротеньку замітку» [23].

У свою чергу, журналістикознавець М. Кригель зазначає «Говорити про те, що лонгрід читають краще, ніж короткі матеріали, теж несправедливо. Для ресурсів, які борються за свого читача і хочуть запропонувати якийсь вибір, лонгрід – це доповнення. На них, на жаль, відвідуваність ресурсу не збудуєш.

Так само як і на сірому інформаційному шумі – матеріалах, які різко лягають на дно» [12].

Як нами вже зазначалося, зважаючи на особливості діяльності медіа в Інтернеті, аналізований нами жанр є уніфікованою спробою подати матеріал, який містить чималу кількість інформації у структурованій формі, при цьому використовуючи доступні, органічні форми візуалізації контенту. З іншого боку, лонгрід не варто сприймати лише як масив тексту, адже споживач контенту

очікує, що журналіст та працівники редакції професійно, логічно розкладуть компоненти тексту, який буде легким для читання. Такий аргумент має розуміти сучасний журналіст, ба більше, вміти вдало, оперативно виконувати відповідне завдання. Однією із частин лонгріду є мультимедійний контент: фото, відео та інші елементи.

«Фотографії у лонгрідах — це не 100 % запорука успіху. Але значна його частина. Важливим фактором є не лише наявність ілюстрацій, але й те, як їх розміщено в тексті. Наприклад, слайд-шоу на початку розлогого тексту — невдале рішення. У лонгрідах фотографії мають бути частиною процесу оповідання, а не фактором, який відволікає» [23].

У 2014 році по завершенню подій Революції Гідності, інформація про яку доносилася до аудиторії у тому числі завдяки якісним, чутливим та красномовним фотознімкам, виникла чимала кількість Мережєвих медіа, котрі свою роботу підкріплювали якісними фотографіями. Згодом, маленькі блог сторінки переросли у потужні, авторитетні видання. Саме таку історію має поважне цифрове медіа «The Ukrainians», котре ціллю свого створення описували як боротьбу з журналістикою, яка їх не влаштовувала, де в центрі не має людини.

Нині на просторі видання можна знайти чимало лонгрідів, які супроводжуються якісними, доречними фото. Засновники видання говорять таке: «Нам усім потрібно більше контексту, а не контенту. Наша модель відрізняється від підходу більшості медіа – ми робимо акцент на якості, а не на кількості матеріалів. Фокусуємося на створенні великих і візуально красивих історій» [18].

Досить схожі аргументи перераховують практики та дослідники лонгріду або сторітелінгу, коли мова йде про доречність розміщення відео контенту у відповідному матеріалі. Доречною є думка, що підібраний мультимедійний продукт може демонструвати: ставлення автора до матеріалу (а значить і до своєї аудиторії), його рівень та зацікавленість у якісному матеріалі.

Підтвердженням цього є слова Террі Рупара із Washington Post: «Уникайте вставки відео тільки заради того, щоби мати відео у статті. Воно має бути органічним елементом історії. Не варто додавати до матеріалу зайві елементи лише заради візуалізації» [23].

Не зважаючи на те, що лонгрід наповнюється більше візуальною інформацією, насамперед з мультимедійної точки зору, для його якіснішого змісту, урізноманітнення варто додавати елементи й аудіального продукту. Таким матеріалом можуть слугувати записи з певного заходу, конференції, шум або просто звук. Досить розповсюдженими у вжитку серед фахівців є такі програми як SoundCloud, SoundCite.

Фахівці з «Детектор медіа» радять наповнювати лонгрід ще одним популярним елементом у журналістиці. «Інший, більш амбітний спосіб – зробити подкаст. Цей формат дозволяє поділити велику історію на частини, так що користувачі можуть прослухати її поступово. Це унікальний формат для медіа, який певним чином наближає журналіста до слухача» [23].

Оглядаючи чималу кількість існуючих лонгвідів, ми помітили, що графіки та карти є також серед популярних елементів для використання у відповідному жанрі. Вони допомагають реципієнту візуалізувати подану автором статистику, глибше розкрити контекст журналістського повідомлення, краще розуміти сутність питання аналізованого.

Якщо говорити про технічне оформлення матеріалу, варто звернути увагу на те, що фахівці акцентують увагу на певному опційному набору інструментарних програм, які достатньо ефективно, оперативно сприяють верстці лонгвіду.

Наприклад, Адам Плейфорд, директор із питань даних і цифрових рішень закордонного видання «The New York Times», працівники якої є лауреатами найпрестижнішої журналістської премії (Пулітцерівської) поділився інформацією, що у більшій мірі «...команда використовувала JavaScript, HTML і CSS – усі мови, які використовуються для розробки сторінок та їхніх інтерактивних елементів» [23].

Інколи ситуація може скластися таким чином, що редакція не може дозволити або тимчасово не матиме у складі відповідного вузькопрофільного фахівця. У такому випадку можна звернутися до ринку праці, де чимало фрілансерів пропонують свою роботу за фіксовану оплату, що з часом може перерости у плідну співпрацю. Не варто оминати увагою і працівників власного штабу, де, ймовірно, є й працівник якому до снаги буде виконання поставлених цілей, завдань.

Наостанок поговоримо про поради, які надають фахівці для розробки якісного лонгріду. Зокрема, фахівці вітчизняної цифрової веб-маркетингової компанії «BRAB» на своїй сторінці розмістили перелік простих кроків або порад, які, на їх думку, допоможуть кожному зацікавленому, створити довершений лонгрід. За їхньою пропозицією автору варто дотримуватися реалізації таких базисів:

1) Спочатку подумайте, а потім пишіть.

Писати лонгрід без чіткої ідеї та плану – марна трата часу. Спочатку необхідно окреслити основні теми (зазвичай їх кілька), визначити структуру та скласти резюме для кожного розділу.

2) Захоплює з перших рядків.

Люди схильні уважно читати лише ті статті, які привертають їх увагу. Це може бути відкрите запитання, коротка розповідь або навіть провокаційне твердження.

3) Скажіть ТАК інтерактивній інформації.

Мультимедійні лонгріди, що містять багато інтерактивної інформації (зображення, відео, діаграми тощо), візуально розділяють текст, роблячи його більш читабельним і допомагаючи привернути увагу читача. Якісна мультимедійна «глибока історія» – це результат роботи цілої команди: копірайтерів, дизайнера, фотографа та інших.

4) Лонгрід – це повна історія.

Сюжет, логічний зв'язок між частинами, завершений фінал роблять лонгрід цікавою для читання розповіддю, а не простим текстом. Важливо, щоб він містив лише цікаву та актуальну інформацію» [31].

Додамо, що створюючи масштабні мультимедійні продукти, варто його ділити на окремі частини, де у кожному блоці потрібно опрацьовувати внутрішню та зовнішню архітектуру тексту, вести його до логічного висновку.

Отже, у сучасному мультимедійному просторі лонгрід розуміється як журналістський інформаційний матеріал, який можна подати, а відповідно і сприйняти, у певній, логічно вибудованій послідовності. Такій його функціональності сприяє наповнення матеріалу відео, аудіо та фото продуктом, що допомагає компетентніше донести повідомлення, суть проєкту до реципієнта.

Лонгріди, зокрема використовують для дискусивності на ті теми, які не можна імплементувати у матеріалах лаконічних за об'ємом. Тобто вони є кон'юктурними під час розповіді про особистостей, певні замальовки, історії про війну.

РОЗДІЛ 2

СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1 Опис та обґрунтування творчого проєкту

Підготовлений на захист кваліфікаційної роботи бакалавра творчий проєкт становить самостійно розроблений та виготовлений цикл матеріалів (у кількості 3) з використанням ілюстрацій. Було підготовлено три різних матеріали для інтернет-видань.

Всі творчі матеріали дипломної роботи пов'язані між собою, спільними темами таким як: «війна ,люди, Україна».

В кожному із матеріалів розкрито якась одна з бентежних тем суспільства в наш час.

В одному матеріалі висвітлено проблему одного міста на Запорізькому напрямку, те яким воно було до 24 лютого, як жили люди, як місто розвивалось, та яким воно стало під час війни, на що перетворюється кожен день, як виживають люди, як змінилось життя містян ,чим допомагає влада.

В іншому матеріалі висвітлено тему українців ,переселенців в загалом, з усіх міст країни, те як у них склалось життя, куди переїхали, що втратили, що пережили, відношення українців один до одного, життя людей в різних містах ,під окупацією чи просто під обстрілами.

Третій матеріал також пов'язаний з цією темою, це діти, підлітки, студенти, їх навчання раніше, та зараз .

Яка якість навчання, чи змінилось воно за останні роки чи ні ,якими стали діти, чи вплинуло офлайн навчання на їх знання, чи добре розвиваються діти.

Всі матеріали написані з мотивацією нагадати людям, що відбувається в Україні, що багато чого не всі знають та розуміють. Що потрібно цінувати життя, рідних, кожну мить, тому що невідомо, що може статися у будь яку наступну хвилину. Всі творчі матеріали об'єднані однією темою війна, матеріали створені на підставі ситуації в країні, для того, щоб люди дізналися

більше того, що відбувається, адже в одному з матеріалів висвітлена тема міста Оріхова, про яке мало хто знає.

Майже всі думають, що в ньому все добре, що майже нічого не відбувається, але на жаль, це не так. Один із матеріалів створений задля того, щоб якомога більше людей дізналася, що в такому маленькому місті майже нічого не лишилося.

В іншому матеріалі висвітлена тема народу, українців, їх життя в умовах війни, їх страждання, виживання, муки, горе, яке переживають люди в даний час. Цей матеріал також створений з мотивацією того що українці сильний народ і щоб не сталося вони об'єднані, сильні та не здається. Вони переживають цей складний час, рухаючись вперед, не здаючись, вірять у світле майбутнє та перемогу України.

У наступному творчому матеріалі, висвітлена тема саме дітей та їх розвиток. В наш час ми розуміємо, що навчання та здобуття освіти змінилося, з роками з'являється все більше чогось нового, навчання в садочках, в школах, університетах змінюється.

І не завжди можна сказати, що на краще. В цьому матеріалі є порівняння того, як навчалися наші прабабусі, дідусі, батьки, та того, як навчаємося ми зараз, та як навчалось трошки старше покоління на початку 2000-х років. Є дуже велика різниця, між тим, як було та є зараз, раніше була більша дисципліна у дітей, не було нічого іншого, крім велосипеда та металевих або дерев'яних іграшок, книжок.

Вони ходили на заняття, із занять додому, Після уроків гралися зазвичай на вулиці, пізніше почали з'являтися гаджети і діти почали цікавитися вже іншим. Навчання ставало ще менш цікавим.

В цьому матеріалі також згадано наші часи, те що, у 2020 році в Україні виявили вірус, під назвою «COVID-19» через нього в країні ввели карантинні норми, навчання стало дистанційним, це також вплинуло на якість вивчення матеріалу, здобуття освіти.

І останнім пунктом цього матеріалу було навчання під час війни. Тобто зрозуміло, що з 2020 року в країні коронавірус, після цього в Україні з 24 лютого 2022 року почалася війна, перші місяці діти не навчалися зовсім, їм та батькам було не до цього. Далі почали трошки вирішувати це питання, та діти почали навчатися, звичайно, що дистанційно. Зрозуміло, що з психікою у дітей та й у всіх людей, які пережили жахіття, проблеми, в такому моральному стані навчання далеко не на найвищому рівні.

Отже, ми бачимо, що всі три матеріали об'єднані однією спільною темою, в кожному із матеріалів ми можемо знайти зв'язок один з одним.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Написані та опубліковані на матеріали були розраховані на різнопланову аудиторію. Оскільки майже кожна людина, дитина, родина пережила ту чи іншу жахливу ситуацію.

Тому потенційно можемо сказати, що аудиторія є різноплановою від школярів п'ятих класів до дорослих людей, пенсіонерів.

Говорячи про соціальний статус того, хто буде читати цей матеріал та переглядати його на сторінках інтернет-видань, можна сказати, що матеріали будуть користуватися попитом не лише для звичайних цивільних людей, пенсіонерів, студентів, а також навіть для солдатів, військових, лікарів.

Всі матеріали корисні для різних верств населення: комусь нагадати, комусь показати, що відбувається в різних куточках країни, як живуть люди. Хтось з читачів цих матеріалів, дізнавшись про якесь місто в Україні, може, захоче чимось допомогти, надіслати допомогу, підтримати морально чи психологічно – зараз це як ніколи важливо.

2.3. Формально – змістові характеристики проекту

Всі наші матеріали (іх 3) розміщені на інтернет сайті «Скриня думок». Усюди був завантажений відповідний контент. Також, потім було додано опис запропонованого нами матеріалу.

2.4. Особливості оформлення проекту

Особливість полягає в тому, що всі матеріали пов'язані однією темою.

Також в ході створення матеріалів було додано ілюстрації та справжні фотографії з місць подій та з життя людей, завдяки яким можна зрозуміти, про що той чи інший матеріал.

2.5. Технічні і програмні засоби

Задля реалізації журналістських матеріалів, мною було використано декілька програмних засобів, що дозволили опрацювати дані.

Для пошуку інформації я використовувала платформу браузер, також інформацію брала з інших відкритих онлайн-джерел. Також інформація була взята із платформи Instagram та каналів Telegram, в яких публікувалися актуальні новини з місця подій.

Ілюстрації були взяті з Оріхівської групи, а також з пошукової системи Google.

Для того, щоб написати матеріали, також була присутня на місцях подій, а саме в місті Оріхів, бачила на власні очі масштаби трагедії та руйнування.

2.6. Зв'язок із творчим доробком (портфоліо)

За час навчання на факультеті журналістики, мій творчий доробок склав 4 журналістських матеріалів. Більшість із них були текстовими, вони були опубліковані в Інтернет-ЗМІ або в інших онлайн-ресурсах.

Це було пов'язано з тим, що мої наукові інтереси були спрямовані на спеціалізацію «Інтернет-журналістика», за якою я здобувала освіту.

Один із з них на тему "Українці завдяки яким прославлялась Україна."

В цьому матеріалі зібрана велика кількість матеріалу про, творчих, видатних людей, які позитивно вплинули на розвиток нашої країни, та завдяки їм про Україну дізналось більше людей.

Хтось з них написав книгу, про яку дізнався весь світ, хтось був льотчиком, співачкою, режисером, першим футболістом. Так, наприклад, Леонід Каденюк, перший космонавт, Джамала - переможниця "Євробачення", Яна Клочкова - українська "золота рибка". Знаменита плавчиня принесла найбільшу кількість золотих олімпійських медалей в історії України. Та багато інших людей, які зробили непосильний вклад у прославлення України. Завдяки цим, а також іншим людям, Україна відома на весь світ.

Ще одним матеріалом з мого портфоліо було написання будь яких 5 новин самостійно, на будь які теми.

Я обрала такі теми :

1) Новорічний стіл у рік Пацюка – 2020: Шпаргалка для тих, хто готується останньої миті.

2) Новий 2020 рік за східним гороскопом – рік білого металевого Щура (Пацюка).

3) Страви на Новий рік 2020: кращі рецепти новорічного меню.

4) Влада Варшави вирішила скасувати в цьому році святкування Нового року у зв'язку з пандемією коронавірусу.

5) У Нідерландах щороку купують близько 2,5 мільйона новорічних дерев, проте після свят просто взяти і викинути її в будь-який день у смітник не можна.

Всі ці новини були написані власноруч, інформація бралась з інтернет-джерел.

Роботи із портфоліо створювались переважно на інтернет-сайтах. Портфоліо є різнобічним, оскільки усі матеріали в ньому – різнопланові, піднімають різні теми та створені в різних жанрах.

Протягом навчального процесу мною було успішно пройдено 7 практик на інтернет-радіо «Universe», у виданні «Акцент». Більшість із цих матеріалів були створені під час навчальних практик в межах освітнього процесу. Ці практики були продуктивними, завдяки їм ми дізналися дуже багато чого нового, засвоїли нові навички та вміння та вдосконалилися як спеціалісти.

Практики були корисними також тим що, ми багато де їздили та брали інформацію з різних онлайн-ресурсів, таких, як пошуковик Google. Куратори від університету завжди допомагали студентам, підказували, пояснювали те, що було незрозумілим. Також керуючі практикою від інтернет-видань завжди були люб'язними та добрими по відношенню до студентів. Кожну практику оцінювали справедливо та чесно, якщо були помилки, то вказували на них.

ВИСНОВКИ

Темою наукової роботи була «Лонгрід як форма сучасних медіа».

Лонгрід — жанр журналістики, якому притаманний великий обсяг контенту. Обсяг лонгріду може досягати обсягу повісті. В лонгрідах широко застосовують мультимедійний контент та художній літературний стиль. В першій частині наукової роботи ми описували саме те, що означає слово лонгрід в українській мові, як раніше писали лонгріди, на які теми, що найголовніше в даному жанрі письмових творів.

Також розповідається, як з роками змінювалась і удосконалювалась журналістика. Розповідається про видатних журналістів, відомих людей, які сприяли покращенню журналістики в нашій країні.

Розуміємо, що лонгрід відноситься більш до інтернет спеціалізації, тому що, як зазначено вище, лонгрід це жанр який має великий обсяг і повинен містити в собі таблиці, ілюстрації та інші елементи для того, щоб великий обсяг тексту було легше сприймати, читачеві було цікаво дочитати до кінця та дізнатись фінал матеріалу.

Другою частиною наукової роботи було створення творчого проєкту. В цій частині ми повинні були створити декілька творчих матеріалів, які відповідатимуть жанру лонгрід. В рамках створення творчого проєкту для даної кваліфікаційної роботи було написано три матеріали, які повністю відповідають всім вимогам цього жанру. Перший матеріал під назвою «Оріхів та прилеглі села до та під час війни», містить в собі ілюстрації та справжні актуальні фото з місця подій.

Також широко розказано всі деталі життя мешканців міста, їх кожен день від початку до кінця, кожний робочий тиждень, місяць та рік. Також проілюстровано всю красу маленького містечка. Цей матеріал можна поділити на дві частини :

- 1) До початку війни ;
- 2) Під час повномасштабного вторгнення.

В другій частині, детально розказано як змінилося життя містян, як люди виживають в складних умовах.

Другий матеріал був опублікований під назвою «Українці в умовах війни», в ньому більш широко розказано про людей-переселенців, які були вимушені покинути свої домівки та переїхати до більш безпечних місць. Це все також доповнено ілюстраціями.

Третій матеріал на тему «Розвиток, навчання дітей в Україні»

В цей матеріал вкладено інформацію, яка була взята з пам'яті наших бабусь та дідусів, батьків, які навчалися до 2000 років, та як змінювалося навчання дітей, підлітків, студентів, яким було навчання під час коронавірусу в Україні, та яким воно стало під час війни.

Отже, в даній роботі ми розповіли про лонгрід, про те, як краще його писати, та з чим поєднувати. Дана тема кваліфікаційної роботи була обрана для того, щоб пояснити це поняття та наглядно показати, як правильно писати матеріали в жанрі лонгрід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бідзілі Ю. М. Словник журналіста: терміни, мас медіа, постаті. Ужгород: Видавництво „Закарпаття”. 2007. 224 с.
2. Василик, Л. Гузун М., М. Крецу, І. Н. Підручник з крос-медіа, Bonn / Germany, Sibiu/ Romania: Schiller Publishing Youse, 2015. 140 с.
3. Вербовий, Р. «Інструментарій створення мультимедійного контенту», Шевченко, В. (Ред.), Кросмедіа: контент, технології, перспективи (колективна монографія), Ін-т журналістики Київського нац. ун-ту імені Тараса Шевченка, Київ, 2017. 234 с.
4. Герасимович М. Медіаосвіта в Україні як чинник на шляху становлення інформаційного суспільства: веб-сайт. URL: <https://medialiteracy.org.ua/mediaosvita-v-ukrayini-yak-chynnyk-na-shlyahu-standovlennya-informatsijnogo-suspilstva/>
5. Гончаренко С. Український педагогічний словник. Київ: Либідь, 1997. 376 с.
6. Горошко О., Землякова О. Віртуальна жанрологія: становлення теоретичної парадигми. *«Учені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*, 2011. Т. 24(63). №1. С. 225-237.
7. Гречана О. Особливості функціонування репортажів у мережевих ЗМІ. *Інтернет-журналістика як нова форма універсального мультимедіа*. 2019. С. 46-49.
8. Захарченко А. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Тернопіль: «Крок», 2014. 198 с.
9. Журналістський фах: інформаційні жанри. Київ: Київський ун-т, 2015. 272 с.
10. Ковтун Д. Лонгрід: добірка журналістських матеріалів: квал. робота. на здобуття освітнього ступеня «бакалавр», 2021. 40 с.

11. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики. *Вісник Львівського ун-ту. Сер. Журналістика*. 2018. Вип. 44. С. 246–253.
12. Лонгрід – це рушниця, що вистрілює декілька разів. URL: <https://ua.ejo-online.eu/3276/etyka-ta-yakist> (дата звернення 02.03.2023).
13. Мацишина, І. «Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду)», Шевченко, В. (Ред.), Кросмедіа: контент, технології, перспективи (колективна монографія), Ін-т журналістики Київського нац. ун-ту імені Тараса Шевченка, Київ, 2007. 234 с.
14. Павліченко Т. Динамічна візуалізація: інтерактивні тайм-лайни в нових медіях. URL: <http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/dynamichna-vizualizatsiya-interaktyvni-taym-layny-v-novykh-mediyakh.html> (дата звернення 22.02.2023).
15. Побідаш І. Сторітелінг: ознаки «гарної» історії». *Обрії друкарства*. №1 (7), 2019. С.144-150
16. Робак В. Медіапедагогіка: аналіз інноваційного зарубіжного досвіду. *Діалог культур: Україна у світовому контексті. Філософія освіти: зб. наук. праць*. Львів: Сполом, 2002. Вип. 8. С. 70-92.
17. Тонкіх, І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: Навчальний посібник, ЗНТУ: Запоріжжя, 2017. 130 с.
18. Українськомовна журналістика, що надихає та змінює. URL: <https://donate.theukrainians.org> (дата звернення 04.03.2023).
19. Чабаненко, М. Мультимедійність в інтернет-журналістиці: навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика». Запоріжжя: Просвіта, 2018. 80 с.
20. Шашенко С. Комунікаційні аспекти сучасних мультимедійних лонгрідів: українська практика. *Мережеві видання*. Київський національний університет культури і мистецтв. 2019. С. 197-210.

21. Шнайдер В., Рауе П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики. Перекл. з нім. В. Климченко. Київ: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси. 2014. 358 с.
22. Як зробити лонгрід, який дочитають до кінця? URL: <https://webmaestro.com.ua/ua/blog/long-read/> (дата звернення 25.02.2023)
23. Як привабити читачів до лонгрідів? URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/18177/2017-01-11-yak-pryvabyty-chytachiv-do-longridiv-doslidzhennya-amerykanshogo-instytutu-presy/> (дата звернення 04.03.2023).
24. Barnhurst, Kevin G., The form of online news in the mainstream US press, 2001–2010. *Journalism Studies* 13 (5–6). С. 791–800.
25. Dorr A. Media Literacy // *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Vol. 14 / Eds. N.J. Smelser & P.B. Baltes. Oxford, 2001.
26. Dowling D., Vogan T. Can we «Snowfall» this? Digital longform and the race for the tablet market. *Digital Journalism*. 2015. Vol.3, issue 2. P. 209-224.
27. Gerbner G. Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. *The New Citizen*, 1995. Vol. 2. № 2.
28. Hernandez, Richard, and Rue, Jeremy, 2016. *The Principles of Multimedia Journalism: Packaging Digital News*. New York and London: Routledge.
29. Hiippala, Tuomo, 2015. *The Structure of Multimodal Documents: An Empirical Approach*. New York and London: Routledge.
30. Jacobson S., Marino J., Gutsche R. The digital animation of literary journalism. *Journalism*. 2015. First published online February 5, 2015.
31. Longread: advantages of large format. URL: <https://brabagency.com/en/insights/longread-plyusy-bolshogo-formata> (дата звернення 01.03.2023).
32. Kubey R. (Ed.) *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.), 1997. 484 p.
33. *Media and the Digital Age. Country Reports*. Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO, 1999. P. 125-128.

34. Worsnop C. Screening Images: Ideas for Media Education. Mississauga, Ontario: Wright Communications, 1994.

ДОДАТОК А
СПИСОК МАТЕРІАЛІВ, СТВОРЕНИХ У МЕЖАХ РЕАЛІЗАЦІЇ
ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

1. Матеріал «місто Оріхів та прилеглі села до та під час війни» сайт «Скриня думок». URL: <https://skrynia.newmedia.zp.ua/?p=815>
2. Матеріал «Українці, під час війни в Україні», сайт «Скриня думок». URL: <https://skrynia.newmedia.zp.ua/?p=829>
3. Матеріал «Розвиток, навчання дітей в Україні», сайт «Скриня думок». URL: <https://skrynia.newmedia.zp.ua/?p=839>

ДОДАТОК Б

СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

Інтернет- публікації:

1. «Українці завдяки яким прославлялась Україна» «Юнісеф» ЗНУ, <https://universe.zp.ua/ukrainci-zavdjaki-jakim-proslavljalas-ukraina/>
2. «В Кирилловке уже ищут работников на сезон» «Акцент» <https://akzent.zp.ua/v-kirillovke-uzhe-ishhut-rabochih-na-sezon-skolko-budut-platit-obzor/>
3. «Студентов приглашают взять участие у всеукраинском конкурсе» ЗНУ, «юнісеф», https://www.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view_details&news_id=54326&lang=ukr&news_code=studentiv-znu-zaproshuyut-vzyati-uchast-u-vseukrayinskomu-konkursi-ese---molod-pro-konstitutsiyu-ukrayini--
4. «4 новини на будь яку тему» «Юнісеф» ЗНУ, https://1drv.ms/w/s!AkLU_SB9DlqrgV1JXkMyhE8ThdNp

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я Кушпет Каріна Олександрівна студентка, 4-го курсу, форми навчання денної, факультет журналістики, спеціальність «журналістика» адреса електронної пошти kuspetk@gmail.com,

- підтверджую, що написано мною кваліфікаційна робота, на тему «Лонгрід як форма сучасних медіа» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною друкованій версії;

- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ Кушпет К. О.

Дата _____ Підпис _____ Костюк Ю. В.

ABSTRACT

Relevance of work. To date, society and, in particular, journalism, have sufficiently productive progress in the activity of information technologies, implementation of their aspects, formations of evolutions in the work process. On the other hand, journalistic reports and their tools are regularly used not only to provide the audience with dosed information, but also to manipulate it in difficult times: socio-political destabilizing events, and even more so – wars. In such a period, a difficult option arises for people – to effectively work with the proposed media information product. Every year, the media carries out evolutionary development, strives to add elements of multimedia, which a skilled professional converts into his work process, tries to offer the audience something new, convenient and accessible to use, rich in information. One of these types of work of an employee with multimedia options is a longread.

The purpose of this work is a competent study of the functioning of informational genres at the current stage of the development of journalism, in particular one of its subforms - longread.

To achieve the set goal, the following tasks must be solved:

- a) analyze the scientific approach and understanding of the terms "reportage" and "longread".
- b) to investigate those aspects that contributed to the development of multimedia journalism;
- c) determine the rules that a journalist must follow in the process of creating a longread;
- d) to present one's own creative work of journalistic materials.
- e) The object of the research is...
- f) The subject of the study is the functioning of longread in the modern media space.

Key-words: war, Ukraine, Ukrainians, people, occupiers, victory.