

УДК 070:304:659.3

## ЖАНРОВА ПРИРОДА МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ІСТОРІЙ

О. А. Нестеренко

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

*Досліджено нові жанрові форми сучасних журналістських текстів, які виникли внаслідок розвитку мультимедійних технологій в інфокомунікаційному процесі. З'ясовано, що в сучасних теоретичних розвідках бракує обґрунтування лонгриду як повністю сформованого жанру, не конкретизовано його риси. Нині новий медіаформат перебуває на етапі інтенсивного становлення, він синтезує ознаки різних жанрових форм, апробує мультимедійні інструменти, тому складно говорити про чіткі підходи до виокремлення його різновидів. Серед жанрових особливостей лонгриду диференційовано: структурованість; додавання до канви розповіді цитат «від першої особи»; близькість до художньої публіцистики. З'ясовано домінуючу жанрову характеристику лонгриду: наявність історії, а не одноденної новини чи гострої проблемної ситуації; проаналізовано його можливі структурні елементи. Зроблено висновок про доцільність класифікації мультимедійних історій за жанровими особливостями на такі різновиди: жанри раціональної журналістики (нюз-фіче, коментар, аналітична стаття, експертне інтерв'ю); жанри емоційної журналістики (емоційний репортаж, фіче, особистісне інтерв'ю, портрет, нарис).*

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

**Постановка проблеми.** Традиційні журналістські жанри почали модифікуватися через зміну потреб аудиторії, що відбулося внаслідок стрімкого розвитку новітніх технологій. Онлайн-жанри, ґрунтовані на традиційних журналістських жанрах, стали відображенням нового рівня сприйняття інформації аудиторією. Науковець М. Дьюз зазначає, що медіа вже треба зважати на сформовані нові звички аудиторії, зокрема, у людей змінилися звички вподобання в читанні: вони читають менше друкованих видань, але більше читають в Інтернеті [1].

У книзі О. Калмикова та Л. Коханової «Інтернет-журналістика» подано визначення жанру мережевих видань. Жанри журналістики мають свою внутрішню логіку розвитку, пов'язану з освоєнням журналістикою нових проблем, із розширенням сфери її інтересів. Журналістський жанр — це елемент метамови інтегрованих соціальних комунікацій або сучасний код, за допомогою якого масову інформацію шифрують ЗМІ і дешифрує аудиторія. Дослідження жанрів та їхніх особливостей може прояснити сучасний образ соціальної дійсності [2].

Дослідниця І. Артамонова вважає, що в жанровому полі відбувається еволюція, трансформація, модернізація журналістської жанрової системи. Водночас

спостережено розмивання жанрових та типологічних ознак, порушення законів, гібридизація форм. Старі жанри розпадаються або видозмінюються, створюючи несподівані єдності, виникають нові, синтетичні, форми [3], однією з яких і є мультимедійна історія.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вивчення вітчизняної наукової літератури засвідчує, що проблема створення лонгридів перебуває в полі зору медіаспеціалістів — тренерів, експертів, критиків, журналістів. У цій галузі запропоновано характеристику специфіки лонгридів (В. Пуля [4, с. 44–45], А. Смутко [5], Д. Тужанський [6], І. Фанта [7]); описано їхні різновиди (О. Тарасов [8]).

Проблеми зародження, упровадження й функціонування в мережі нових текстових форматів аналізували такі вітчизняні та російські дослідники, як Л. Василик [8; 9], О. Градюшко [10], О. Золотухін [11], Ю. Мажаріна [11]. У їхніх студіях описано процеси формування мультимедійної журналістики.

Жанроутворювальні ознаки журналістських текстів схарактеризовані в працях А. Колесниченка [12], Г. Лазутиної [13], С. Распопової [13], О. Самарцева [14], О. Тертичного [15], І. Тимченка [16]. Модернізовані форми журналістських жанрів та особливості їх використання описували такі дослідники, як О. Амзін [17], А. Качкаєва [18], В. Кіхтан [19], Н. Лосева [20], С. Машкова [21]. Визначення нових жанрових журналістських форм представлено в працях таких науковців, як І. Артамонова [3], Є. Варганова [22], М. Дьюз [1], О. Калмиков та Л. Коханова [2], Н. Виговська [23].

Попри зацікавленість дослідників новим явищем онлайн-журналістики, у сучасних теоретичних розвідках бракує обґрунтування лонгриду як повністю сформованого жанру, не конкретизовано його риси.

**Мета статті** — зробити аналітичний огляд еволюції жанрових форм онлайн-журналістики, представити вдосконалену класифікацію мультимедійних історій за жанровими особливостями.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Поширена в журналістикознавстві диференціація О. Тертичного стосується безпосередньо газетних матеріалів. Натомість класифікації інших дослідників можуть бути застосовані й у річичі журналістських медіатекстів, представлених в Інтернеті, а також мультимедійних історій. *Лонгрид* – формат, що потребує особливого підходу до з'ясування його жанрової природи. Без певних уточнювальних коригувань запропоновані типології не можуть бути матрицею для мультимедійних історій. З огляду на це, авторське бачення жанрів мультимедійних історій, що ґрунтоване на типологічних класифікаціях і їхніх жанротворчих ознаках, може бути дещо суб'єктивним, проте обґрунтованим.

О. Тертичний розрізняє такі способи «варіювання жанрів»:

1) *інформаційні жанри* (замітка, інформаційна кореспонденція, інформаційний звіт, інформаційне інтерв'ю, бліц-опитування, питання-відповідь, репортаж, некролог);

2) *аналітичні жанри* (аналітичний звіт, аналітична кореспонденція, аналітичне інтерв'ю, аналітичне опитування, бесіда, коментар, соціологічне резюме, ан-

кета, моніторинг, рейтинг, рецензія, стаття, журналістське розслідування, огляд, огляд ЗМІ, прогноз, версія, експеримент, лист, сповідь, рекомендація, аналітичний прес-реліз);

3) *художньо-публіцистичні жанри* (нарис, фейлетон, памфлет, пародія, сатиричний коментар, життєва історія, легенда, епіграф, епітафія, анекдот, жарт, гра) [15].

Як бачимо, класифікація досить масштабна й охоплює всі можливі жанри друкованих засобів масової інформації. Ця типологія актуальна й зараз, але тільки стосовно періодичних друкованих видань, хоч деякі жанри (наприклад репортаж, стаття) реальні й у межах онлайн-ЗМІ. Проте в повному обсязі така класифікація не може бути екстрапольована на мультимедійні історії, хоч її можна використовувати як додаткову.

Класифікація жанрів мережевих ЗМІ, запропонована С. Машковою, подібна до попередньої й охоплює три різновиди. Найефективнішими виданнями дослідниця вважає ті, у яких поєднуються два типи інформації — *новини* та *аналітика*. Новим жанром вона називає *веб-огляд*, що рідко трапляється в традиційній журналістиці. Однак саме він «у початковий період розвитку мережевих ЗМІ набув характеру епідемії». Крім того, статус нового жанру мають *блоги* та *веб-блоги*, прототипами яких можна назвати авторські колонки в друкованих ЗМІ [21, с. 22].

Наукове зацікавлення становить теоретична концепція, обґрунтована дослідницями Г. Лазутіною та С. Распоповою, де диференційовано:

1) *новинну журналістику* (коротка новинна замітка, розширена новинна замітка, репортаж, критична замітка);

2) *проблемно-аналітичну журналістику* (стаття, персоніфікована й ділова кореспонденція, коментар, огляд);

3) *нарисову журналістику* (нарис, есе);

4) *гумористичну журналістику* (гумор, сатирична замітка, фейлетон, памфлет);

5) *культурно-просвітницьку журналістику* (анонс, анотація, рецензія, огляд, мистецтвознавча стаття, творчий портрет, науково-популярна стаття, науково-популярний нарис, пропагандистська стаття, полемічна стаття, рекомендація, культурно-історичний нарис);

6) *інтерактивну журналістику* (огляд листів, питання-відповідь, звіт, літературний запис, інтерв'ю, бесіда, бліц-опитування, круглий стіл, ток-шоу) [13].

О. Амзін, окрім наведених вище жанрів, додає такі жанрові форми, як: документальний матеріал, поради, календар подій, оглядова стаття, планові заходи, історичний матеріал, дайджест преси, цитата, трансляція та стенограма, запис голосу [17]. Ця класифікація також є об'ємною, проте й вона характеризує традиційні засоби масової інформації — не лише друковані, але й телевізійні та традиційні жанри. На нашу думку, вона може слугувати допоміжною типологією.

Своєрідністю й оригінальністю підходу позначена класифікація жанрів, запропонована А. Колесниченком. Дослідник пропонує власну типологію, що стосується вже не друкованої, телевізійної чи радіої журналістики, а практичної, прикладної:

- 1) *новинні жанри* (коротка новина, розширена новина, «пісочний годинник», інформаційне інтерв'ю);
- 2) *жанри раціональної журналістики* (нюз-фіче, коментар, аналітична стаття, експертне інтерв'ю);
- 3) *жанри емоційної журналістики* (репортаж, фіче, особистісне інтерв'ю, портрет) [12, с. 11].

Зазначимо, що А. Колесниченко дотримується такого класифікаційного підходу, як й інші вчені, виокремлюючи групу «новинних», чи, як у класифікації О. Тертичного, «інформаційних» жанрів. Мультимедійні історії потребують суттєвих витрат часу й ресурсів, тому новинних жанрів у межах цього формату поки що не існує. Безперечно, досить поширеним явищем є мультимедійні хроніки або мультимедійні репортажі, наприклад «Марш миллионів» 6 мая в Москве. Хроника событий», опублікований на «РИА Новости» (<http://ria.ru/society/20120506/642656551.html>), і навіть мультимедійні новини, зокрема «Vanuatu Cyclone Pam: President appeals for «immediate» help» на «BBC News» (<http://www.bbc.com/news/world-asia-31866783>). Такі матеріали важко назвати мультимедійними історіями, адже вони є сукупністю коротких текстових повідомлень і мультимедійних матеріалів у режимі live-трансляції. *Мультимедійна історія* — це ретельніше опрацьований та по-іншому зверстаний матеріал, який покликаний не лише повідомити про який-небудь факт, але й розповісти історію [12].

Проаналізована типологія жанрів універсальніша, ніж запропоновані класифікації О. Тертичного, Г. Лазутиної та С. Распопової, оскільки вона не обмежена традиційними ЗМІ (що не зменшує переваг роботи інших дослідників у межах типології жанрів традиційних ЗМІ). Нам імпонує науковий підхід А. Колесниченка, а його класифікацію вважаємо модерною й логічною, базованою на новітніх медіаформатах, що вможливить її застосування для аналізу лонгридів.

Проте варто звернути увагу на те, що новинні мультимедійні історії — явище, яке сьогодні дуже важко втілити в життя. Основні характеристики новин — актуальність і новизна, а редакційний процес створення мультимедійної історії, на жаль, дуже тривалий, і за цей час новина встигає застаріти і втратити свою актуальність. Проте така ситуація не суперечить тому, що згодом, за наявності новітніх платформ для створення мультимедійних історій, новинні матеріали такого формату можуть стати популярними й будуть використані всюди. У проєкції на формат дослідження прийнятними є тільки дві групи жанрів, описаних А. Колесниченком: жанри раціональної журналістики та жанри емоційної журналістики.

Типологія жанрів емоційної журналістики потребує доповнення ще одним різновидом — нарисом (описаний у класифікаціях О. Тертичного, Г. Лазутиної і С. Распопової), оскільки повного аналога цього жанру в класифікації А. Колесниченка немає. Науковець І. Тимченко [16] вважає фіче сумішню нарису й репортажу, проте нині це твердження дискусійне. За визначенням А. Колесниченка, *фіче* — це текст, написаний від третьої особи, який, однак, дає змогу пережити ті події, що сталися. Нарис не схожий ні на репортаж, ні на фіче, він може бути написаний від першої особи, а також із використанням репортажної техніки, що часто залучена для створення мультимедійних історій.

А. Качкаєва наголошує, що класичні жанри журналістики сьогодні нікуди не зникли. *Замітка, репортаж, коментар, есе, фейлетон* — традиційні інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри, використовувані в мережових ЗМІ. Для замітки на сайті, зазначає дослідниця, суттєвим є не тільки заголовок і перший абзац, а й ключові слова та покликання. Для репортажу, який заново народився в мережі, важлива його подієва й актуальна на той момент сутність. «Мабуть, єдиним новим жанром мультимедіа можна вважати журналістський блог, утім його з таким же успіхом можна вважати й авторським ЗМІ однієї людини, де професіонал постає репортером, і коментатором, і модератором, і співрозмовником, використовує відеоілюстрації, радіо та фоторепортаж», — зауважує А. Качкаєва [18, с. 129].

Н. Лосєва пропонує перелік нових типів мультимедійних журналістських жанрів, насамперед виокремлюючи мультимедійну історію, що потребує дотримання двох умов: вона має складатися з різних елементів інформації та бути відображена на технологічній платформі, що уможливує перегляд кожного з цих елементів.

Мультимедійна історія охоплює жанри, які можуть бути як структурними компонентами історії, так й окремими завершеними публікаціями. До них зараховують: *статичну ілюстрацію* — класична ілюстрація в мультимедійній історії; *слайд-шоу*, яке відрізняється від фотострічки передовсім тим, що картинки «перегортаються» самі в режимі «фотофільму» і часто дуже схожі на відео; *карикатуру* — традиційний жанр, який отримує нове дихання в конвергентному ЗМІ, перетворюючись на анімацію; *підкаст* — звуковий файл, передача, закінчений сюжет; *аудіоілюстрацію* — мінімально короткий фрагмент аудіозапису, що належить до певної частини тексту; *аудіоверсію тексту* — начитаний диктором або електронним диктором текст повідомлення; аудіосюжет, який схожий на класичні радіосюжети із цитатами ньюзмейкерів та інтершумом; *відеоілюстрації* — фрагмент відео, що належить до певної частини тексту, інфографіки або мультимедійної статті; *відеосюжет* — закінчене відеоповідомлення, яке має свою зав'язку, кульмінацію й розв'язку; *відеоколонка, відеонарис, відеокоментар* — жанр, що «вийшов» із телевізійних студій та, ймовірно, став проміжним етапом перед тим, як перетворитися на інтерактивну відеоколонку [18, с. 129–138].

Синтетичними жанрами є: *аудіослайд-шоу* — у найпростішому вигляді складається з дібраних фотографій і начитаного автором тексту; інтерактивна *відеоколонка, інтерактивний відеосюжет* — стрижневе відео, зазвичай записана автором відеорепліка; *інтерактивний відеоміст* — форма, що використовує традиційний телевізійний формат і нові інтерактивні можливості, які дає Інтернет; *мультимедійне ток-шоу* — формат, що найближчим часом може отримати поширення в Інтернеті та стати одним із варіантів «збирання» мультимедійної статті; *мультискрипт* — новий формат подання інформації, який спрощує навігацію по відеоматеріалах великого обсягу; *інфографіка; інформаційні ігри* (інтерактивний інфотеймент) [18, с. 139–145].

Для аналізу мультимедійних історій за жанровими особливостями використовуватимемо таку класифікацію:

1) *жанри раціональної журналістики* (ньюз-фіче, коментар, аналітична стаття, експертне інтерв'ю);

2) *жанри емоційної журналістики* (емоційний репортаж, фіче, особистісне інтерв'ю, портрет, нарис).

До жанрів раціональної журналістики належать аналітичні тексти, покликани порівнювати або пояснювати події та явища, а також коментувати їх. *Ньюз-фіче* є розповіддю про тенденцію, яку автор побачив за подіями (прикладом є лонгрид «Історія Гогольфест», опублікований на сайті «Новое время» (<http://nv.ua/ukr/project/gogolfest.html>)); *коментарем* називають матеріал, що розширює новину через її пояснення та оцінювання («Виставка натхнень» (<http://nv.ua/ukr/project/vystavka-vdohnovenij.html>)); *аналітична стаття* — це текст, у якому тему розкривають за допомогою зіткнення тези й антитези з подальшим уточненням тези без висловлення журналістом власної думки («Диплом громадянина мира» (<http://nv.ua/project/diplom-grazhdanina-mira.html>)); *експертне інтерв'ю* — підсумок бесіди журналіста з авторитетним професіоналом у своїй сфері, який уписує деяку подію в контекст («Одкровення Гройсмана» (<http://nv.ua/ukr/project/otkroveniya-groismana.html>)).

Жанри емоційної журналістики призначені викликати емоційний відгук читача, породити в нього певні почуття. До них належать: *репортаж* — це розповідь очевидця, складена так, щоб дати змогу читачеві самому відчувати себе на місці події; *фіче* — історія, написана від третьої особи, але яка вможливає переживання цієї події, («Згадати все. 25 років Незалежності України» (<http://nv.ua/ukr/project/den-nezavisimosti-2016.html>)); *особистісне інтерв'ю*, метою якого є «розкрити» людину через думки та епізоди з її життя; *портрет* — це жанр, який дає змогу пізнати людину не лише через бесіду, а й через поведінку персонажа в певних життєвих ситуаціях (прикладом може слугувати лонгрид «Залізна леді — 2» (<http://nv.ua/ukr/project/iron-lady-2.html>)); *нарис* — матеріал, у якому поєднано репортажний (наочно-образний) і дослідницький (аналітичний) початки («Настінний живопис» (<http://nv.ua/ukr/project/nastennaya-zhivopis.html>)).

Серед жанрових особливостей лонгриду варто виокремлювати:

- структурованість (матеріал складений із низки самостійних статей);
- додавання до канви розповіді цитат «від першої особи»;
- близькість до художньої публіцистики (відсутність перевернутої піраміди, написання тексту як кількох об'єднаних чимось історій).

**Висновки.** Лонгрид є специфічним форматом, що поєднує ознаки різних жанрів. Проводячи аналогію з телевізійними жанрами, дослідники називають лонгрид ще й спеціальним репортажем. Домінантна жанрова характеристика нового медіаформату — це наявність історії, а не одноденної новини чи гострої проблемної ситуації. Перспективу подальших наукових пошуків убачаємо в практичному аспекті (створення нових медіапродуктів) і теоретичному вимірі (дослідження поняттєвої сфери термінів для номінації нового медіаформату).

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Дьюз М. Что такое мультимедийная журналистика? [Электронный ресурс] / М. Дьюз. — Режим доступа : <http://www.redactor.in.ua/internet/322.html>.
2. Калмыков А. А. Интернет-журналистика : учеб. пособие для вузов / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 383 с.
3. Артамонова І. Жанри онлайнної журналістики. [Електронний ресурс] / І. Артамонова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. — 2008. — Режим доступа : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/UZTNU\\_filol/uch\\_21\\_1fn/artamonova.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/UZTNU_filol/uch_21_1fn/artamonova.pdf).
4. Пуля В. Как создать мультимедийный лонгрид? / В. Пуля // Журналист. — 2015. — № 2. — С. 44–45.
5. Смутко А. Бери й пиши: як створити мультимедійний текст у форматі longread [Електронний ресурс] / А. Смутко. — Режим доступа : <http://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/>.
6. Тужанський Д. Як написати longread [Електронний ресурс] / Д. Тужанський. — Режим доступа : <http://journalism.ucu.edu.ua/program-highlights/3755/>.
7. Фанта І. Лонгриди можуть залучати на сайт такий самий трафік, як і топові новини [Електронний ресурс] / І. Фанта. — Режим доступа : [http://osvita.mediasapiens.ua/web/online\\_media/longridi\\_mozhut\\_zaluchati\\_na\\_sayt\\_takiy\\_samiy\\_trafik\\_yak\\_i\\_topovi\\_povini\\_ilona\\_fanta/](http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sayt_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_povini_ilona_fanta/).
8. Журналістика даних та візуалізація : підручник із крос-медіа / Видавці : І. Крессу, М. Гузун, Л. Василик. — Bonn / Germany — Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. — 144 с.
9. Василик Л. Є. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики / Л. Є. Василик // Наукові записки Інституту журналістики. — 2013. — Т. 52. — С. 297–300.
10. Градюшко А. А. Современные мультимедийные форматы аналитических жанров журналистики / А. А. Градюшко // Журналістыка ў суладзі з жыццём: да 90-годдзя заслужанага дзеяча культуры Рэспублікі Беларусь, доктара філалагічных навук, прафесара Барыса Васільевіча Стральцова : зб. навук. прац / пад агул. рэд. канд. філал. навук дацэнта В. П. Вараб'ёва. — Мінск : БДУ, 2016. — С. 192–197.
11. 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.
12. Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе [Электронный ресурс] / А. В. Колесниченко. — Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/1691>.
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. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста (очерки теории и практики) : учеб. пособ. / О. Р. Самарцев ; под общ. ред. Я. Н. Засурского. — М. : Академ. проект, 2007. — 520 с.
15. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособ. / А. А. Тертычный. — М. : Аспект Пресс, 2002. — 320 с.

16. Тимченко И. С. Теория и практика международной журналистики. План лекционных занятий [Электронный ресурс] / И. С. Тимченко. — Режим доступа : <http://jf.spbu.ru/stu/5179/5193-2242.html>.
17. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика : учеб. пособ. / А. А. Амзин. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 142 с.
18. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. — М. : Наука, 2010. — 200 с.
19. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике / В. В. Кихтан. — Ростов н/Д. : Феникс, 2004. — 160 с.
20. Лосева Н. Конвергенция и жанры мультимедиа / Н. Лосева // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 200 с.
21. Машкова С. Г. Интернет-журналистика : учеб. пособ. / С. Г. Машкова. — Тамбов : изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. — 80 с.
22. Варганова Е. К чему ведет конвергенция СМИ? [Электронный ресурс] / Е. Варганова // Информационное общество. — 1999. — Вып. 5. — Режим доступа : <http://www.emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32>.
23. Виговська Н. А. Журналістські жанри в мультимедійному світі (на прикладі запорізьких ЗМІ) / Н. А. Виговська // Світ соціальних комунікацій / гол. ред. О. М. Холод. — К. : КИМУ : ДонНУ, 2013. — Т. 10. — С. 60–62.

#### REFERENCES

1. D'juz, M. (2013). Chto takoe multimedijnaja zhurnalistika? Retrieved from <http://www.redactor.in.ua/internet/322.html> (in Ukrainian).
2. Kalmykov, A. A., & Kohanova, L. A. (2005) Internet-zhurnalistika. Moskva: JuNITI-DANA (in Russian).
3. Artamonova, I. (2008). Zhanry onlainovoi zhurnalistyky. Uchenye zapysky Tavrycheskoho natsyonalnoho unyversyteta ym. V. Y. Vernadskoho. Retrieved from [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/UZTNU\\_filol/uch\\_21\\_1fn/artamonova.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/UZTNU_filol/uch_21_1fn/artamonova.pdf) (in Russian).
4. Pulja, V. (2015). Kak sozdat multimedijnyj longrid? Zhurnalist, 2, 44–45 (in Russian).
5. Smutko, A. (2015). Bery i pyshy: yak stvoryty multymediinyi tekst u formati longread. Retrieved from <http://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/> (in Ukrainian).
6. Tuzhanskyi, D. (2015). Yak napysaty longread. Retrieved from <http://journalism.ucu.edu.ua/program-highlights/3755/> (in Ukrainian).
7. 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\\_sayt\\_takiy\\_samiy\\_trafik\\_yak\\_i\\_topovi\\_novini\\_ilona\\_fanta/](http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sayt_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_novini_ilona_fanta/) (in Ukrainian).
8. Kressu, I., Huzun, M., & Vasylyk, L. (Ed.) (2015). Zhurnalistyka danykh ta vizualizatsiia. Germany ; Romania: Schiller Publishing House (in Ukrainian).
9. Vasylyk, L. Ye. (2013). Kros-media yak trend suchasnoi zhurnalistyky. Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky, vol. 52, 297–300 (in Ukrainian).
10. Gradjushko, A. A., & Varab'jov, V. P. (Ed.). (2016) Sovremennye multimedijnye formaty analiticheskikh zhanrov zhurnalistiki. Zhurnalistyka ŷ suladdzi z zhyccjom: da 90-goddzja



- zasluzhanaga dzejacha kultury Rjespubliki Belarus', doktora filalogichnyh navuk, profesara Barysa Vasil'evicha Stral'cova: zb. navuk. prac. Minsk: BDU, 192–197 (in Russian).
11. Zolotuhin, A. A. (2015). Longrid, snoufoll, mul'timedynaia istoriia — kak novye vershiny zhurnalizma? Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta, 2, 93–96 (in Russian).
  12. Kolesnichenko, A. V. (2015) Dlinnye teksty (longridy) v sovremennoj rossijskoj presse. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/node/1691> (in Russian).
  13. Lazutina, G. V. (2011). Zhanry zhurnalistskogo tvorchestva. Moskva: Aspekt Press (in Russian).
  14. Samarcev, O. R., & Zasurskii, Ja. N. (Ed.). (2007). Tvorcheskaia dejatel'nost' zhurnalista (očerki teorii i praktiki). Moskva: Akadem. proekt (in Russian).
  15. Tertychnyj, A. A. (2002). Zhanry periodicheskoi pečati. Moskva: Aspekt Press (in Russian).
  16. Timchenko, I. S. (2015). Teoriia i praktika mezhdunarodnoi zhurnalistiki. Plan lekcionnyh zaniatii. Retrieved from <http://jf.spbu.ru/stu/5179/5193-2242.html>. (in Russian).
  17. Amzin, A. A. (2011). Novostnaja internet-zhurnalistika. Moskva: Aspekt Press (in Russian).
  18. Kachkaeva, A. G. (Ed.). (2010). Zhurnalistika i konvergencija: pochemu i kak tradicionnye SMI prevrashhajutsja v mul'timedijnye. Moskva: Nauka (in Russian).
  19. Kihntan, V. V. (2004). Informacionnye tehnologii v zhurnalistike. Rostov n/D.: Feniks (in Russian).
  20. Loseva, N., & Kachkaeva, A. G. (Ed.). (2010). Konvergenciia i zhanry mul'timedia. Zhurnalistika i konvergenciia: pochemu i kak tradicionnye SMI prevrashhajutsja v mul'timedijnye. Moskva: Aspekt Press (in Russian).
  21. Mashkova, S. G. (2006). Internet-zhurnalistika. Tambov: izd-vo Tamb. gos. tehn. un-ta (in Russian).
  22. Vartanova, E. (1999) K chemu vedet konvergencija SMI? Informacionnoe obshhestvo, vol. 5. Retrieved from <http://www.emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32> (in Russian).
  23. Vyhovska, N. A., & Kholod, O. M. (Ed.). (2013). Zhurnalistiski zhanry v multymediinomu sviti (na prykladi zaporizkykh ZMI). Svit sotsialnykh komunikatsii. Kyiv: KyMU: DonNU, vol. 10, 60–62 (in Ukrainian).

## MULTIMEDIA STORY GENRE

O. A. Nesterenko

*Bohdan Khmelnytsky Cherkasy National University  
81, Shevchenko Blvd., Cherkasy, 18031, Ukraine  
o\_nesterenko2008@ukr.net*

*The article examines the new genre of modern journalistic texts appearing due to the development of multimedia communication and information technologies. The research findings proved that modern theoretical works neither give enough justification for a long read (long form stories) as an independent genre, nor specify its features. Now a new media format is being intensively developed: it is synthesizing various features of*

*genre forms, practicing multimedia tools, thus making it difficult to identify distinguished approaches to classify its varieties. Among the features of long read genre there were differentiated the clear structure, abundance of "first person" quotes, and proximity to narrative (literary) journalism. The dominant genre characteristic of the long read is the story compared to a one-day piece of news or acute problem situation. There were analyzed its possible structural elements. The article concludes that multimedia stories should be classified into the following types according to their genre features: rational genres of journalism (news feature, commentary, analytical articles, expert interviews), emotional journalistic genres (emotional reporting, feature, personal interviews, and portrait, sketch).*

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

*Стаття надійшла до редакції 22.07.2016.*

*Received 22.07.2016.*