

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

*Кафедра журналістики та філології*

**ЛОНГРІД: ДОБІРКА ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ**  
**Longrid: a selection of journalistic materials**

Кваліфікаційна робота  
освітнього рівня «бакалавр»  
студентки спеціальності «Журналістика»,  
освітньої програми «Журналістика»,  
групи ЖТ-71  
**Ковтун Даші Володимирівни**

Науковий керівник:  
**Сипченко Інна Володимирівна,**  
доцент, кандидат наук із соціальних комунікацій

Суми 2021

## Бібліографічний опис

Ковтун Д.В. Лонгрід: добірка журналістських матеріалів [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр; спец.: 061 – журналістика / Д. В. Ковтун; наук. керівник І.В. Сипченко. – Суми: СумДУ, 2021 -

Робота містить моніторинг лонгвідів на сайтах «ТСН.ua», «Уніан» та власний інформаційний доробок «А ви бували у Сорочинцях?».

Ключові слова: лонгвід, інтернет-журналістика, нові медіа

## ЗМІСТ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	4
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	6
1.1. Особливості класифікації сучасних жанрів інтернет-журналістики.....	6
1.2. Лонгрід – нова форма сучасної журналістики.....	7
РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ТА СПЕЦИФІКАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ.....	11
2.1. Моніторинг лонгрідів на інформаційних сайтах.....	11
2.2. Специфікація інформаційного продукту.....	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	28
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ.....	30
ВИСНОВКИ.....	39

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

### ВСТУП

Інтернет-журналістика з кожним днем активно змінюється та удосконалюється. Через що з'являються нові формати представлення інформації. Раніше нікому невідомі терміни «лонгрід», «сторітелінг», «конвергентність», «сноуфол» набирають все більшої популярності та стають звичними.

Мультимедійний лонгрід – це такий онлайн-продукт, що дозволяє створювати якісні візуальні образи, динамічно розкрити та описати події. Він уміщує в себе аудіо, фото, відео, текст, анімацію, інтерактивні карти та інфографіку.

Лонгрід використовують, коли потрібно висвітлити теми, про які не можна розповісти коротко: суспільно-важливі проблеми, історії людей, маловідомі факти з історії та інше.

У зв'язку з появою нових форм у журналістиці все більше науковців почали займатися їхнім дослідженням. Зокрема, Р. Вербовий та І. Мацишина розглянули поняття «сторітелінгу» та його основні ознаки; О. Нестеренко з'ясувала природу виникнення лонггідів та їх жанрову специфікацію.

Однак ми маємо розуміти, що формат лонггиду доволі новий і тільки займає своє місце у журналістиці. Тому, поки немає чіткої класифікації таких текстів. Але, стрімке збільшення кількості лонггидів у Інтернет-середовищі зумовили вибір теми роботи.

**Мета роботи** – створити власний інформаційний продукт у формі лонггиду та проаналізувати його.

Для досягнення мети потрібно виконати наступні **завдання**:

1. здійснити теоретичний аналіз сучасних жанрів інтернет-журналістики;
2. розглянути поняття «лонгрід»: його основні типи, структурні елементи; з'ясувати причини популярності даного формату;
3. проаналізувати інтернет-сайти «ТСН.ua» та «Уніан» на наявність

публікацій у формі лонгріду;

4. створити власний інформаційний продукт у формі лонгріду.

**Практичне значення** роботи полягає в тому, щоб наочно показати, як можна на онлайн-платформах створити мультимедійну статтю, яка зможе привернути увагу широкого кола читачів.

**Структура.** Дипломна робота складається із пояснювальної записки, списку використаних джерел, інформаційного продукту та висновків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

### 1.1. Особливості класифікації сучасних жанрів інтернет-журналістики

На сьогоднішній день у інтернет-медіа можна спостерігати появу нових гібридних жанрів, які не використовуються у традиційних ЗМІ. Через що, усталеної класифікації цих жанрів немає. Для їх позначення використовують різні терміни: «віртуальний жанр», «електронний жанр», «гіпержанр».

Російська дослідниця К. Пак стверджує, що термін «веб-жанр» є універсальним для позначення всіх журналістських жанрів, які розміщені в інтернеті. [8, с.51]. Український науковець А. Захарченко вважає, що не є доцільним використовувати традиційне визначення і пропонує модифіковане: «жанр в інтернеті – усталений тип твору, що склався історично і відрізняється особливою комунікативною метою або способом комунікації» [6, с.26].

Ю. Щипіцина пропонує власний підхід до типології інтернет-жанрів залежно від типу дискурсу:

- персональний дискурс (чати, особисті веб-сторінки, форуми, особисті блоги, електронні листи, соціальні мережі);
- політичний дискурс (політичні веб-сторінки, політичні чати, блоги);
- юридичний дискурс (веб-сторінки юридичних фірм, форуми юридично тематики);
- діловий дискурс (веб-сторінки фірм, інтернет-магазини);
- рекламний дискурс (веб-банери, рекламні електронні листи, контекстна реклама, реклама, яка з'являється);
- масово-інформаційний дискурс (веб-сторінки мережових ЗМІ і новинних агентств);
- педагогічний дискурс (веб-сторінки закладів освіти, форуми, чати) [15].

Під впливом нових технологій традиційна система жанрів поступово трансформується. Це підтверджує і науковець Є.Цимбаленко: «Система жанрів

онлайн-журналістики (яка перебуває у стадії формування) – це трансформована система класичних жанрів журналістики, яка характеризується зменшенням текстового обсягу та насиченням візуальними елементами» [14, с.82].

Завдяки гіпертекстуальності, мультимедійності та інтерактивності жанри набувають нових та більш дієвих форм. Інтерв'ю може перетворитися на онлайн-бесіду інтерв'ююваного з читачами. Короткі пости з місця подій у соціальних мережах можуть замінити репортаж. У той самий час найбільш затребуваним і цікавим є онлайн-репортаж, що поєднав у собі текст, графіку, аудіо та відео матеріали. Аналітичні жанри також зазнають змін. Традиційна стаття синтезувала ознаки різних жанрів та отримала нову форму – мультимедійна історія (лонгрід). Художньо-публіцистичні жанри тепер представлені у форматі авторської колонки та блогів.

З'явилися нові жанри – тревел-блоги, мікроблоги ( для прикладу, дописи у мережі Twitter є самостійними документами); стріми – відеотрансляції з місця подій, за допомогою гаджетів та зйомки «з рук»; подкасти – короткі відео або аудіозаписи, на заздалегідь визначені теми та питання.

## **1.2. Лонгрід – нова форма сучасної журналістики**

Поняття «лонгрід» з'явилося ще у далекому 2012 році, але і до сьогодні тривають дискусії щодо єдиного правильного тлумачення. Усі визначення характеризують його як велику мультимедійну історію з яскравими ілюстраціями, відео, аудіо контентом.

Л. Василик вважає, що це «новий формат подачі текстової інформації в інтернеті. Коли віртуального тексту багато, його розбивають різними вставками: роликами, презентаціями, інтерактивними картинками, цитатами, виносками» [7, с.27].

М. Булаєва стверджує, що лонгрід це «мультимедійний проєкт, присвячений конкретній події або проблемі, актуальній даті. Ключовою характеристикою такого формату є обсяг та тривалість матеріалу, а основою –

журналістський текст» [1].

Першим матеріалом у форматі лонгріду вважають «Snowfall», який з'явився у 2012 році в американському «The New York Times». Це захоплива історія про лижників, які потрапили у пастку через лавину у горах.

Знайти лонгвід можна і в українських ЗМІ. Журналісти вибирають для таких матеріалів специфічні теми: революції, катастрофи, стихійні лиха. Найбільш популярними можна вважати: «Небесна сотня» («Українська правда», 2014), «Топ-20 музыкантов Украины» («Новое время», 2014), «Brexit. Уйти не прощайся» («Дзеркало тижня»), «2014 рік. Революція гідності. Кульмінація», «Антиафіша: що робити на вихідних, якщо не хочеться виходити з дому» (медіа платформа «Укрінформ»).

Редактор українського видання Focus.ua М. Кригель звернув увагу на те, що «популярність лонгріду варто вимірювати хвилями. Ситуація в країні або несподіваний репост у соціальних мережах популярного блогера може викликати інтерес до вашого лонгріду навіть через півроку після публікації. Лонгвід – це рушниця, що висить на стіні, але яка вистрілює декілька разів, періодично» [16].

Особливість лонгріду у тому, що він не є жанром, а форматом. Через що у ньому можуть втілюватися різноманітні журналістські жанри: репортаж, портрет людини, аналітика.

Розглянемо специфіку представлення жанрів у лонгвідах:

- репортаж – розповідає про події, які відбулися. Оповідь ведеться від третьої особи. У основі можуть бути фото з анімацією, відео з події, інтерв'ю, аудіозаписи. Популярні українські репортажні лонгвіди: «Історія Євромай-дану. Хроніка української революції», «Ловайське пекло», «Історія Го-гольFest», «Машиністи часу, або Назад в майбутнє» та ін.
- портрет людини (people story) або особисті історії – біографічні замальовки та нариси, відгуки, інтерв'ю. У процесі написання



використовують фото, цитати друзів, родичів, унікальні життєві факти. Серед відомих лонгвідів: «In Memoriam. Кузьма Скрыбін», «Відкрито позитивні: як живуть діти, що не прихо-вують ВІЛ», «Розстріляне відродження. Невідома історія письменників із розсекречених архівів КДБ», «Маклауд. Сповідь розвідника» та ін.

- аналітика або реконструкція – описуються та аналізуються події. Для наповнення використовують цитати фахівців, посилання на джерела, аудіо та відеоряд та графічний контент. Українські аналітичні лонгвіди торкаються військової тематики: «Путін. Війна. Доповідь Немцова про війну РФ на Донбасі», «Дебальцево. Як це було», «Наша війна. Початок» та ін.

Не обов’язково лонгвіди повинні стосуватися гострих соціальних чи політичних подій. Але на практиці, саме такі теми викликають суспільний резонанс. Тому при створенні якісного матеріалу потрібно визначити цільову аудиторію, знайти цікаву та корисну тему, лише тоді починати підготовку та оформлення.

Такі елементи, як зображення, відео, інтерактивні вставки несуть у собі потужний заряд. Читач не тільки швидше усвідомлює інформацію, а і при правильному використанні «залипає», розглядаючи зображення знову і знову. Правильно розташовані елементи здатні надовго залишити користувача на сайті.

З’ясуємо, чому ж формат лонгвіду став таким популярним:

- Здатні перекрити будь-який інформаційний шум, через сконцентрованість на темі та різноманітному фото контенті;
- Інформація подається під новим кутом, детально аналізується той чи інший процес, описуються різні зміни та події, що показують справжнє сприйняття проблеми;
- Лонгвіди можуть замінити книги. Подають інформацію у стислому вигляді з акцентом на основну подію. І у той же час написані

живою мовою, а не енциклопедичною.

- Лонгріди можна читати частинами, не боячись пропустити щось важливе. Специфічне блочне оформлення завжди повертає читача до останньої думки.

Отже, можна зробити висновок, що лонгвід – це не звичайна новина. Це нова форма подачі інформації з якісним журналістським текстом, який уміщує в собі аудіо, відео, фото, анімацію, інфографіку. Текст орієнтується на багатогранність, мультимедійність інтернет-простору та специфічні запити сучасного читача.

## РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ТА СПЕЦИФІКАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ.

### 2.1. Моніторинг лонгвідів на інформаційних сайтах

Для того, щоб зрозуміти чи дійсно висвітлення новин у форматі лонгвіду є популярним, ми вирішили проаналізувати інформаційні сайти. Для аналізу були обрані «ТСН.ua» та «Уніан».

#### «ТСН.ua»

Новинний сайт з'явився у мережі 2007 року. На його сторінці можна знайти новини політики, економіки, соціальних питань, спорту. Також, є рубрики більш розважальні: «Гламур», «Леді», «Астрологія». Під спеціальною рубрикою «Інфографіка» знаходяться матеріали у форматі інфографіки.

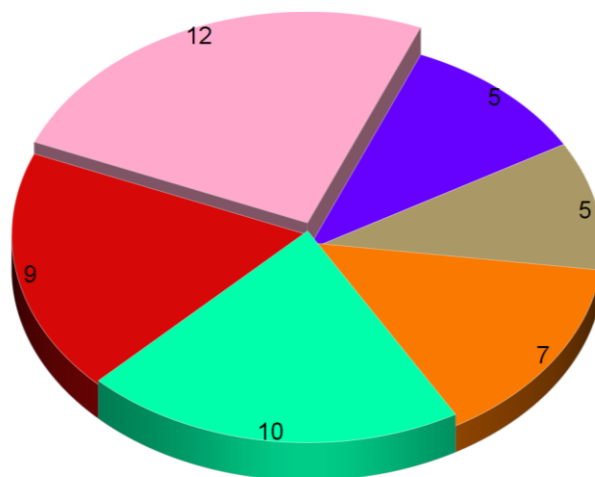
Для аналізу ми обрали матеріали, які розташовані під рубрикою «Спецпроекти».

Загалом, за 2020 рік нараховано 48 лонгвідів:

- історичні (9 шт.): «Бабин яр. Хроніка катастрофи», «Символ віри. Історія українського тризуба» та ін;
- практичні поради (12 шт.): «Як оплатити комуналку онлайн?», «Як безкоштовно отримати інсулін?» тощо;
- спецпроект «Пробація в Україні» (5 шт.): історії засуджених, які отримали шанс на виправлення в громаді;
- ремонт (5 шт.): «Плитка», «Кухня», «Ламінат», «Електроінструменти»;
- спецпроекти (7 шт.): «Медіаосвіта: реалії та перспективи», «Кіборги. Маємо пам'ятати» та ін.;
- пізнавальні (10 шт.): «5 фактів про компанію Shell», «15 років Google Карт: хто та як створює мапи в Україні» тощо.

## Кількість матеріалів

■ Історичні ■ Практичні поради ■ Спецпроект "Пробація в Україні" ■ Ремонт ■ Спецпроекти ТСН ■ Пізнавальні



Ми вирішили проаналізувати серію лонгвідів, які присвячені темі Чорнобилю і Чорнобильській катастрофі. Добірка складається з таким матеріалів:

1. «Два різні світи. Прип'ять до та після трагедії на ЧАЕС»;
2. «Політ над Зоною: унікальні кадри Прип'яті та Чорнобиля з дрона»;
3. «У серці Прип'яті: унікальні фото Атомограда в 360 градусів»;
4. «Нова домівка для саркофага: все про новий безпечний конфаймент»;
5. «Місто-привид: чим зараз живе покинутий Атомоград».


Під час аналізу ми враховували актуальність, структуру, наповнення, унікальність тощо.

Хочемо відразу зазначити, що серія матеріалів є актуальною.

По-перше, у 2021 році відзначають 35-ті роковини Чорнобильської катастрофи. По-друге, тема Чорнобилю залишається популярною не тільки для науковців. До неї звертаються журналісти, фотографи, кінорежисери. Варто згадати про нашумілий серіал «Чорнобиль» американського каналу НВО.

Лонгвід **«Два різні світи. Прип'ять до та після трагедії на ЧАЕС»**

розділений підзаголовками, що відповідають місцям про які розповідатиметься далі: «Стела на в'їзді до Прип'яті», «вулиця Курчатова», «Колесо огляду» та інші.

ТСН


[f](#)  
[t](#)

## Стела на в'їзді до Прип'яті

Стела "Прип'ять" розташована на розвилці доріг, перед в'їздом до міста. Попри свій "кондвий" радянський вигляд, вона залишається одним із символів Зони Відчуження. На стелі зображена дата заснування міста – 1970 рік, проте статус міста Прип'ять отримала лише 1979-го. На цьому фото, яке було зроблене задовго до 1986 року, зображені молодята, а світлина з цього ж самого місця, зроблена у листопаді 2016 року, віддзеркалює увесь біль трагедії, яка охопила місто.

^

ТСН

## Будинок культури "Енергетик"

[f](#)  
[t](#)

Будинок культури "Енергетик" також розташований поруч із центральною парковою алеєю. Він був побудований 1970 року за типовим на той час в СРСР проектом. Палац культури акумулював у собі цілий комплекс споруд.

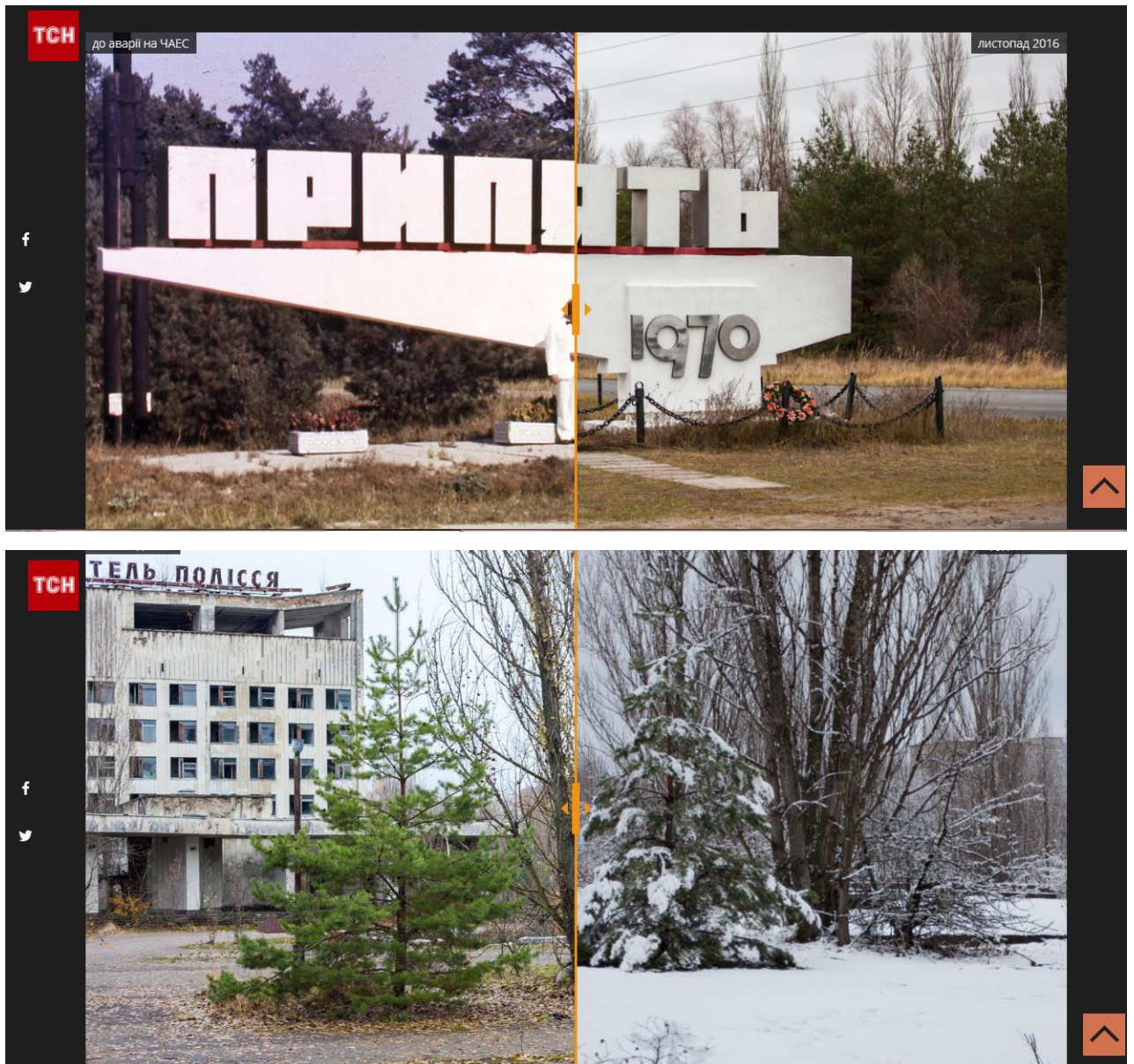
У ньому розташовувалися готель, аптека, універмаг, гастроном, кінотеатр, спортзал, бар, і, власне, будинок культури. Безпосередньо в палаці базувалася велика кількість гуртків, проходили вистави, концерти, виступи колективів, а вечорами - дискотека під назвою "Едісон-2".

Також у палаці культури активно працювала місцева радіостанція, на яку міг потрапити будь-хто. В "Енергетику" була досить потужна і сучасна на той час апаратура. Просто перед входом до будівлі проводилося безліч показових змагань радіоаматорів.

"Енергетик", як і більша частина будівель того часу, був оздоблений

^

Матеріал наповнений фотографіями різних років, за якими можна порівняти стан міста. Старі світлини взяті із офіційного сайту міста Прип'яті. Сучасні фото зроблені Антоном Юхименком, офіційним гідом та фотографом із Зони Відчуження.



При створенні лонгріду використали темне оформлення, яке тільки підсилює сумний, пригнічуваний настрій.

На початку матеріалу можна побачити збережену пряму трансляцію із міста Прип'яті.

Також, присутнє посилання на офіційний сайт міста.

Поділитися матеріалом можна через мережі «Facebook» та «Twitter» (присутні відповідні кнопки поширення).

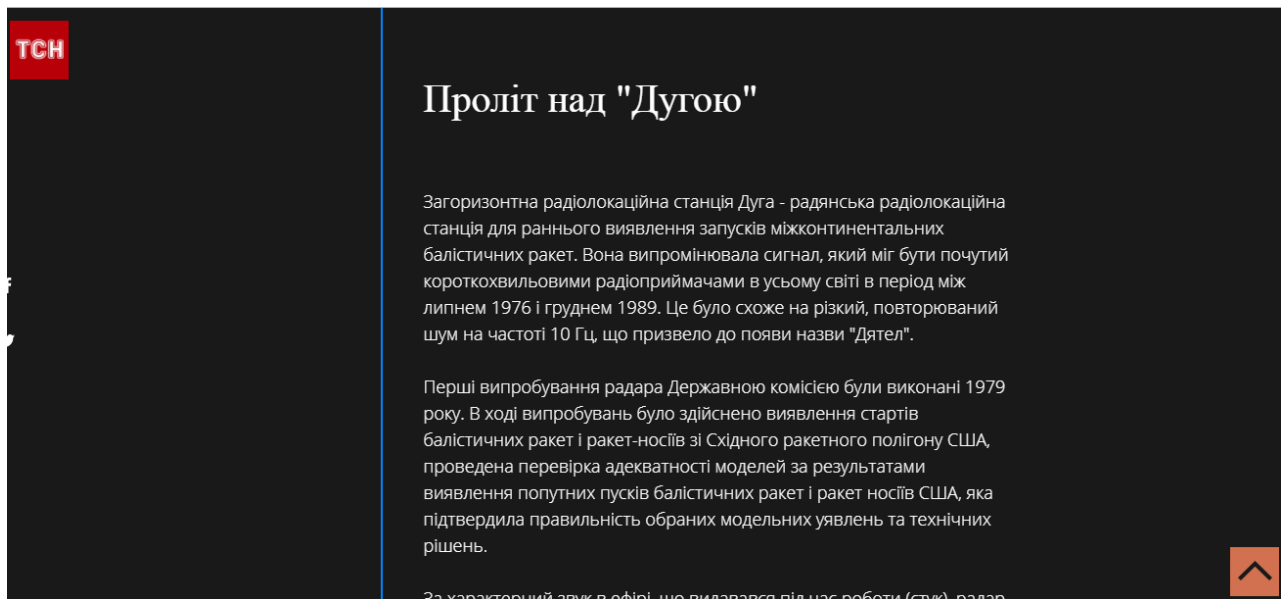
Лонгрід **«Політ над Зоною: унікальні кадри Прип'яті та Чорнобиля з дрона»** містить у собі відеоматеріали із Прип'яті та Чорнобиля-2.

Відео розділені між собою історичними довідками про певне місце:

«Проліт над дугою», «Парк Атракціонів», «Центр Прип'яті» тощо.

Відтворення відео відбувається автоматично, коли робиш скролінг екрану. Відео є унікальними, оскільки були зняті на замовлення ТСН.ua. Як і у попередньому лонгріді, оформлення виповнено у темному кольорі.

У матеріалі присутні посилання на інші роботи, які стосуються теми Чорнобиля.



Лонгрід **«У серці Прип'яті: унікальні фото Атомограда в 360 градусів»** створений на основі панорамних фото із Чорнобиля, які розміщені у Google картах. Можна близько побувати біля таких легендарних місць, як Дуга, палац культури «Енергетик», пройтися вулицями міста.

Між фотографіями можна ознайомитися із історичною довідкою.

**TCH**

## Хай буде атом робітником, а не солдатом

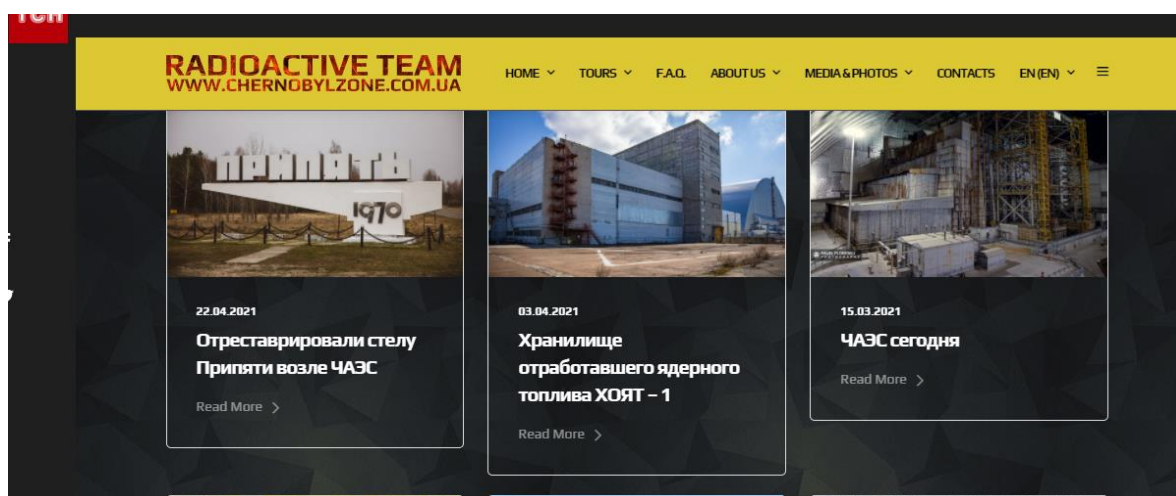
Центральна частина Прип'яті багата на висотні будівлі. Зокрема, на панорамі виділяються знаменитий "Білий Дім", дві шістнадцятиповерхівки з гербами СРСР і УРСР, а також відома тольяттінська Г-подібна дев'ятиповерхівка з написом "Хай буде атом робітником, а не солдатом".

Цей будинок, вірніше, напис з металевих букв, неодноразово був в епіцентрі уваги. Спочатку із слова "Хай" демонстративно прибрали букву "а". Потім напис взагалі розібрали, а різні жартівники викладали з літер, що лежали на даху дев'ятиповерхівки, усілякі слова. Нарешті, 2013 року дев'ятиповерховому будинку повернули його історичну назву.



У матеріалі неодноразово можна знайти посилання на сайт, який створює фото та відео для TCH.ua. Оновлення сайту відбувається регулярно. Там можна знайти новини про стан міста, подивитися ілюстративні матеріали, а також придбати екскурсію до Чорнобиля.





**Одноденна розширена програма екскурсії в Чорнобиль**

Шановні учасники! Просимо звернути увагу, що описана програма може змінюватися по таймінгам і послідовності відвідування об'єктів, і носить виключно ознайомлювальний характер.

- Перетин кордону Чорнобильської зони через КПП "Дитятки", перевірка паспортних документів.
- Огляд покинутого села Залісся.
- Відвідування міста Чорнобиль: меморіальний парк, цвинтар затоплених барж, меморіал "Тим, хто врятував світ" біля пожежної частини, експозиція робототехніки, яка приймала участь в ліквідації аварії.
- Перетин кордону 10-кілометрової зони через КПП "Лелів".
- Відвідування території ЗГРЛС "Дуга - 1" ("Чорнобиль-2"), огляд 150-метрової антени загоризонтного стеження.
- Село Копачі, майже повністю зарите під землю після аварії, відвідування вцілілого дитячого садка.
- Фотостоп по дорозі до Чорнобильської АЕС, напроти недобудованих 5-го і 6-го енергоблоків станції і сховища відпрацьованих ядерних відходів.
- Територія ЧАЕС: меморіал біля адміністративного корпусу, годування сомів (в теплу пору року), оглядовий майданчик НБК "Арка" ("саркофагу").
- Територія колишнього "рудого лісу" та стела "Прип'ять".
- Піша прогулянка по місту Прип'ять. Велика група зазвичай розбивається на 2 підгрупи, кожна з яких слідує за своїм маршрутом. Всі вони, тим не менш, охоплюють найбільш

10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Українці

Іноземці

Оберіть дату

Паспортні дані (якщо є)

Аренда дозиметрів (КОРИСНО, акція - вартість знижено!)

Hi

Лонгрід «**Нова домівка для саркофага: все про новий безпечний конфаймент**» складається з 4 частин, розділених заголовками на весь екран: вступ, «Коротка історія», «Безпечний конфайнмент», «Функції НБК» та

«Фінансування».



**TCH**

## КОРОТКА ІСТОРІЯ

Після аварії на ЧАЕС над зруйнованим реактором героїчно і в найкоротші терміни (206 днів) звели "Саркофаг" або, правильніше, об'єкт "Укриття" - споруду з бетону і металу, що прикриває розвали, які залишилися після вибуху. Її будували 90 тисяч осіб. Тоді головним завданням було закрити, локалізувати



**TCH**

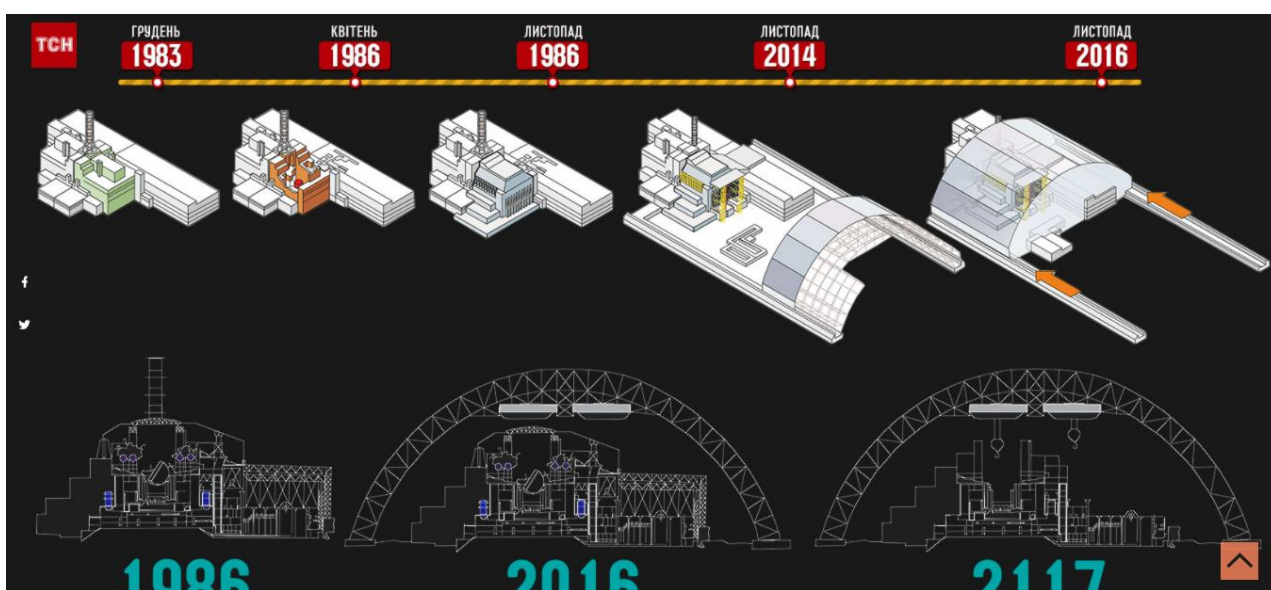
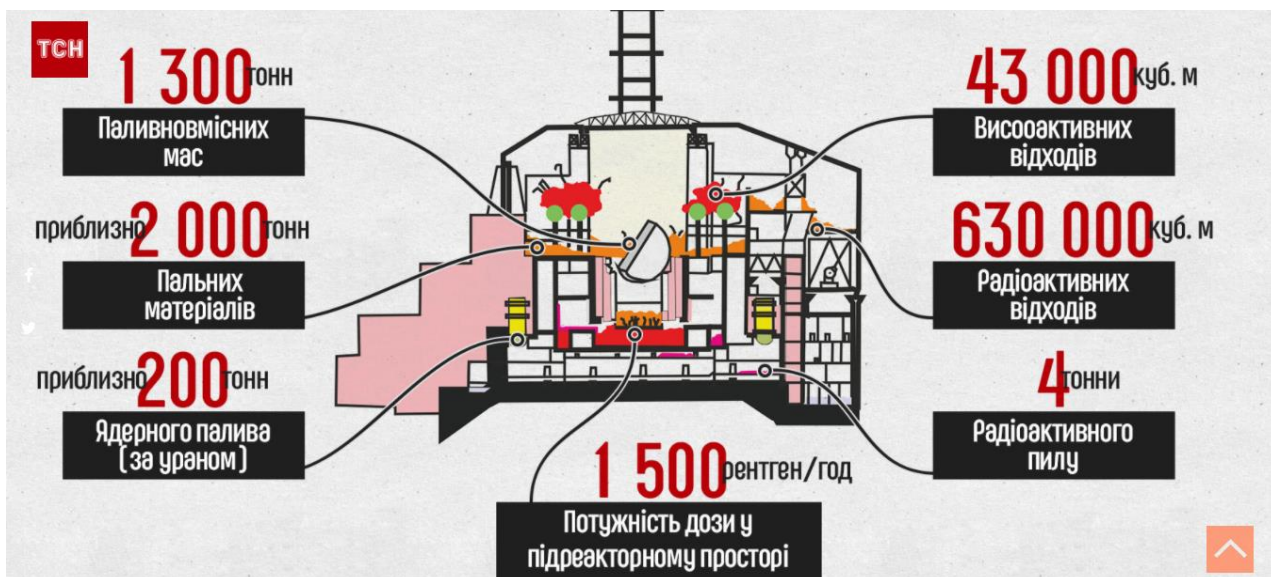
## БЕЗПЕЧНИЙ КОНФАЙНМЕНТ

Власне, новий безпечний конфайнмент – це багатофункціональний комплекс для перетворення об'єкта "Укриття" на екологічно безпечну систему, що складається з 19 підструктур, включаючи основну - захисну споруду у вигляді арки зі спеціальною подвійною обшивкою.

А також особливі фундаменти, західну і східну торцеві стіни, нестандартні мостові крани, багатофункціональну систему вентиляції, технологічний комплекс з ділянками дезактивації, фрагментації і упаковки радіоактивних матеріалів.

У кожній із частин розміщені інфографіки для кращого розуміння теми. Тема опрацьована глибоко, адже у матеріалі присутня велика кількість різносторонньої інформації, яка тематично згрупована.

Наприкінці лонгріду розміщене відео із YouTube каналу Міністерства енергетики та захисту довкілля «Закінчення насунання Арки НБК на об'єкт "Укриття" 4-го енергоблоку на Чорнобильській АС». Відео відтворюється автоматично при скролінгу екрана.



Лонгрід «Місто-привид: чим зараз живе покинутий Атомоград»

найбільш об'ємний та наповнений. У ньому вміщені розповіді людей-сталкерів (*сталкер – людина, яка відвідує і досліджує занедбані місця*).

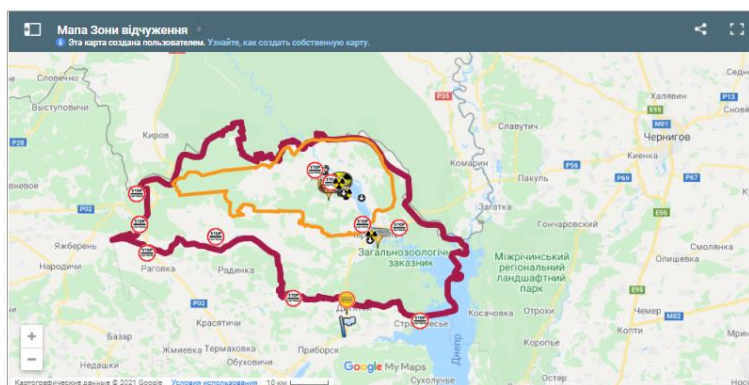
Виділяє цей лонгрід з-поміж інших аудіозапис, який лунає упродовж всього читання. Саме цей голосовий сигнал чули жителі міста, коли оголошували евакуацію із Прип'яті 27 квітня 1986 році.

Лонгрід складається із трох частин: «Відлуння катастрофи», «Прип'ять очима сталкерів», «Прип'ять – міські джунглі».

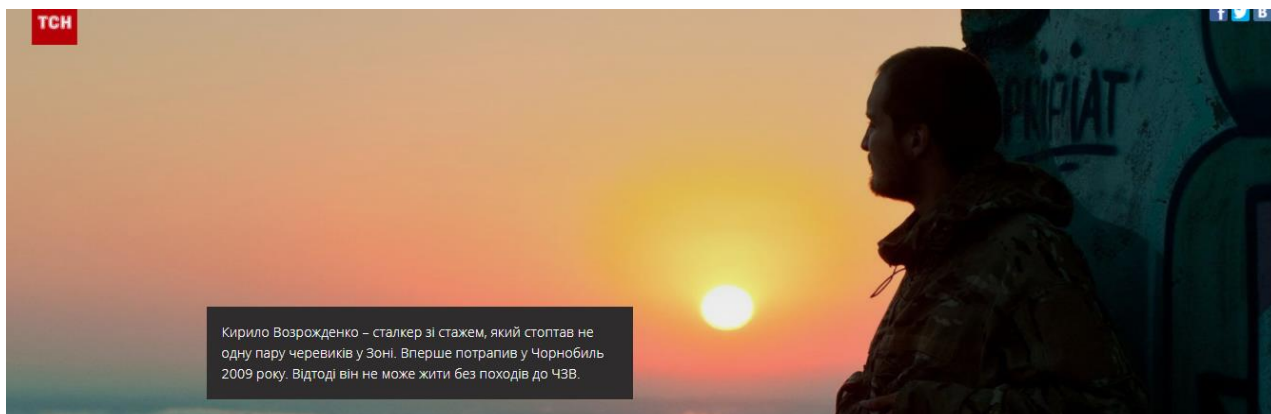
У першій частині можна знайти загальновідомі факти про катастрофу, а також мапу Зони Відчуження.



Чорнобиль зараз – це вахтове місто, де мешкають люди, які працюють у Зоні. Загалом їх налічується близько трьох тисяч. Цікаво, що там мешкають і звичайні люди, переважна більшість яких займає території на віддалених ділянках Чорнобиля. Центральна частина міста заселена людьми, які працюють у Зоні. Також там розташовані всі основні підприємства: Адміністрація Зони відчуження, підприємства, які займаються обслуговуванням інфраструктури міста й Зони, пожежна охорона, батальйон УМВС, батальйон СБУ тощо.



У другій частині історії двох сталкерів: Кирила Возрожденка та Станіслава Поліського. Чоловіки розповідають, коли потрапили вперше у Зону Відчуження, як облаштовують свій побут, як проводять нелегальні екскурсії та чому не можуть жити без Чорнобиля.



Кирило Возрожденко – сталкер зі стажем, який стопає не одну пару черевиків у Зоні. Вперше потрапив у Чорнобиль 2009 року. Відтоді він не може жити без походів до ЧЗВ.



Стоянки сталкерів. Фото: Кирило Возрожденко



Стоянки сталкерів. Фото: Кирило Возрожденко



Стоянки сталкерів. Фото: Кирило Возрожденко



Добре обжиті "хати" рано чи пізно стають популярними серед сталкерів. І потрапляють у поле зору міліції. Нелегалів виловлюють, оформлюють протоколи і відпускають на всі чотири сторони. А за обжитими квартирами стежать, і час від часу необізнані "самоходи", які ще не знають, що "хата запалена", потрапляють на гачок.

Що Прип'ять для мене? Маленьке затишне містечко. Безмовність велетенських сосен у зарослих дворах, що ніби вичікують нагоди приголубити хвойними гілками очниці мертвих вікон. Сосни, що ростуть на піщаних дюнах. Все спонукає до невимушеної медитації. Щоразу, повернувшись із затишного походу, даєш обітницю покінчити з цим. Але минає місяць, і знову тягне як магнітом. Вас цікавить, яку я отримую дозу опромінення? Накопичена за тиждень походу доза еквівалентна одному перельоту літаком із Києва, скажімо, до Нью-Йорка".

У третій частині можна прочитати інформацію про тваринний світ Чорнобиля. Додані фотоматеріали та відео про легендарного чорнобильського сома.



Вперше за 100 років у Зоні відчуження з'явилися бурі ведмеді.

Тварини, які мешкають у Зоні



## «Уніан»

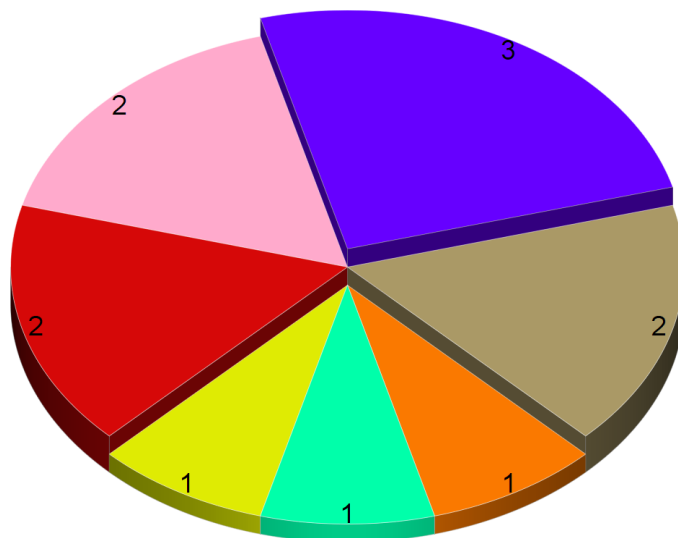
Уніан – найбільше інформаційне агентство України. З 2000 року новини виходять на онлайн-сайті. Саме там можна оперативно прочитати про економіку, політику, аналітику, інтерв'ю з відомими людьми та ін..

За 2020 рік було нараховано 12 лонгвідів.

- туризм (2 шт.): «10 найкращих гірськолижних курортів світу», «Невідома Україна»;
- культура (2 шт.): «Рекордсмени премії Оскар», «Інший Шевченко»;
- поради (3 шт.): «День Святого Валентина: шпаргалка», «Масляна: історія, поради, рецепти», «Хелловін: як страшно повеселитися»;
- Коронавірус (2 шт.): «Коронавірус – детально про світову катастрофу», «Як корона вірус змінив світ»;
- міжнародне: «Протести у Білорусії»;
- історія: «10 найстрашніших екологічних катастроф в історії людства»;
- пізнавальне: «Феномен ТікТок. Як китайська соцмережа підкорила світ».

Кількість матеріалів

■ Туризм    ■ Культура    ■ Поради    ■ Коронавірус    ■ Міжнародне    ■ Пізнавальне    ■ Історія



У 2021 році вже вийшло 5 лонгвідів:

1. «10 професій, які зникнуть зовсім скоро»;
2. «Рятівна вакцина: як світ вирішив дати бій COVID-19»;
3. «Clubhouse: чому нова соцмережа стала такою популярною»;
4. «Чверть століття світового панування: як PlayStation стала головною ігровою консоллю»;
5. «Креативний Великдень: як зробити свято цікавим та оригінальним».

Для більш детального аналізу ми розглянемо такі лонгвіди: «Невідома Україна: 10 мальовничих куточків, про які мало хто знає»; «Як коронавірус змінив світ»

Лонгвід «**Невідома Україна: 10 мальовничих куточків, про які мало хто знає**» розповідає про маловідомі місця України.

Матеріал розділений на 10 частин. У кожній частині знаходиться детальний опис, історична довідка, Google карта з позначенням розташування місця та інформація, як туди дістатися.

Лонгвід рясно наповнений фото та відео контентом.

Тема лонгвіду є актуальною, адже у період пандемії туризм у більшість країн заборонений. Тому люди повинні знати альтернативні варіанти. До того ж, даний матеріал у подальшому може допомогти залучити нових туристів до України та підняти імідж держави.

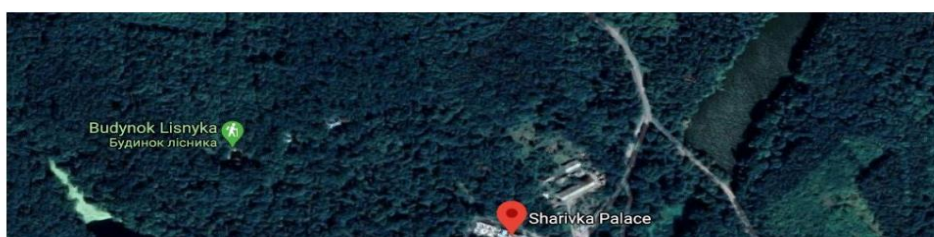
УНІАН

## ШАРІВСЬКИЙ ПАЛАЦ (ПАЛАЦ КЕНІГА)

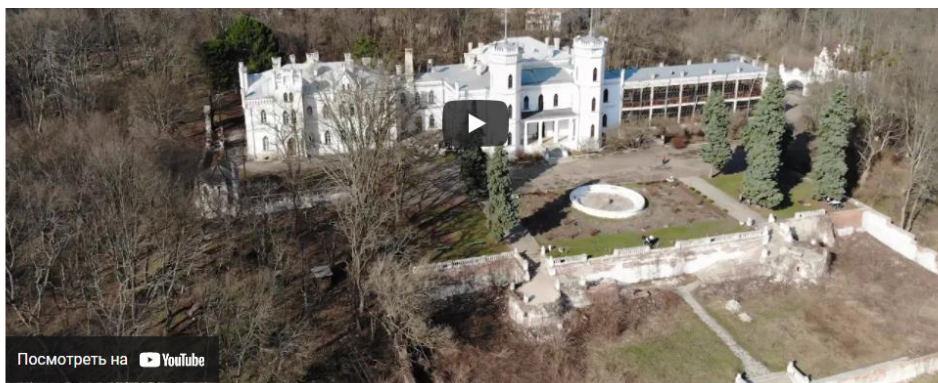
[ ХАРКІВСЬКА ОБЛАСТЬ ]



Це колишня поміщицька садиба, розташована у селищі Шарівка Богодухівського району Харківської області на березі річки Мерчик.



УНІАН



Посмотреть на YouTube

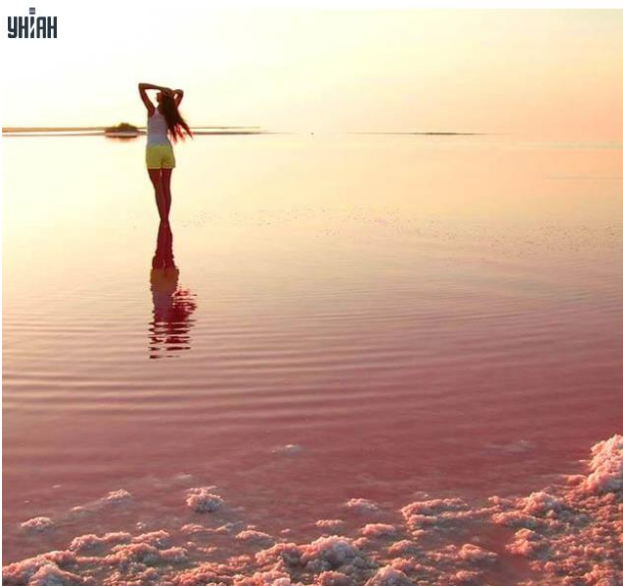
### Як дістатися

Дістатися до Шарівки можна з Харкова. Від центрального ринку міста відходять маршрутки та рейсові автобуси у бік Краснокутська. Перед показником "Шарівка" потрібно вийти і пройти пішки до самого палацу, що займе близько п'яти хвилин.

УНІАН



УНІАН





Тема коронавірусу до цього часу не перестає сходити із вуст людей. Незважаючи на те, що уже написана велика кількість новин, люди продовжують цікавитися та вивчати. За рахунок думок лікарів, експертів, науковців матеріал є наповненим, інформація достовірною та авторитетною.

Лонгрід «Як коронавірус змінив світ» узагальнює та групує всю відому інформацію на дану тему. Лонгрід поділений на 8 частин:

- «Люди і пандемія»;
- «Робота і коронавірус»;
- «Туризм в умовах коронавірусу»;
- «Дозвілля»;
- «Бізнес і COVID-19»;
- «Забути про масові заходи»;
- «Дистанціювання як тренд»;
- «Вакцина проти коронавірусу».

У матеріалі присутня інфографіка, думки експертів розміщені у окремих виносках. У лонгріді вміщена велика кількість фотографій та одне відео.



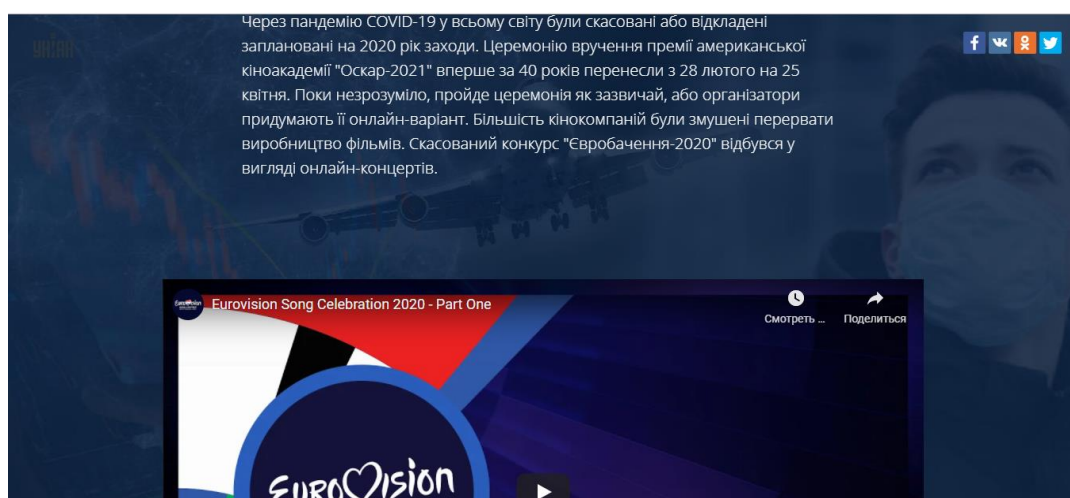
Якщо криза через пандемію коронавірусу затягнеться, сукупний обсяг глобального капіталу може скоротитися цього року на \$16 трлн. До довірусного рівня він зможе повернутися лише у 2023 році. Для порівняння - до кінця 2008 року фінансова криза зменшила світовий капітал на \$10,2 трлн.

Найвпливовіші бізнесмени світу впевнені, що їхнє життя після пандемії зміниться назавжди. Вони бояться нової хвилі і того, що їм доведеться працювати довше, перш ніж вони зможуть дозволити собі піти на пенсію. Найпотужніший удар коронакризи відчули інвестори-мільярдери.

“

**Найбагатші - мільйонери та мільярдери - зазнають найсильнішого удару через сильну схильність до волатильності (мінливості – ред.) на фондових ринках**

— вважає глобальний лідер практики управління капіталом BCG Анна Закревські



Проаналізувавши інтернет-видання «ТСН.ua» та «Уніан» можна зробити висновок, що лонгріди стосуються актуальних та «гарячих» тем. Матеріали мають якісне оформлення та зрозумілу структуру. Для більш легшого сприйняття, текст у всіх проаналізованих матеріалах розділений на підзаголовки.

Лонгріди із сайту «ТСН.ua» вражають своїм оформленням. За рахунок фото, відео та аудіо контенту читач може глибоко зануритися у тему. Не менш багато часу журналісти витратили на детальне опрацювання теми. Інформація із достовірних джерел, об'єктивна.

На сайті «Уніан» можна знайти лонгріди, які стосуються як важливих тем, так і пізнавальні, розважальні. Всі матеріали стосуються актуальних подій, свят. Вся інформація глибоко опрацьована. Написана зрозумілою мовою. Усі лонгріди містять фото, відео контент, інфографіку.

## 2.2. Специфікація інформаційного продукту

Ознайомившись із всіма порадами створення лонгвідів, промоніторивши та проаналізувавши онлайн-видання нами був створений власний матеріал.

Лонгвід «**А ви бували у Сорочинцях?**» написаний у жанрі репортажу. У ньому описується історична подія – Сорочинський ярмарок.

На нашу думку, тема лонгвіду є актуальною. Адже, по-перше, розповідає про всеукраїнське дійство. Немає жодної людини, яка б не чула про Гоголя та його легендарні «Вечори на хуторі близь Диканьки», за мотивами яких зняті фільми, мюзикли. По-друге, через пандемію коронавірусу два роки поспіль Сорочинський ярмарок скасовували. Тому для того, щоб це національне дійство не втратило своєї популярності та не зникло, ми і створили даний лонгвід.

Текст розрахований на всіх громадян, як України, так і сусідніх країн (оскільки на ярмарку виставляється і продається закордонна продукція), на людей, які цікавляться культурою, історією.

У подальшому він може бути розміщений на офіційному сайті ярмарку, на сторінках у соціальних мережах, , на інформаційних онлайн-сайтах.

Лонгвід «**А ви бували у Сорочинцях?**» складається із двох частин. Перша частина розповідає про ярмарок у 90-ті роки. У другій частині – дійство відбувається у 2019 році, у останній рік його проведення.

Розповідь ведеться від першої особи, але присутні вставки з офіційною інформацією. У тексті можна знайти коментарі двох посадових осіб.

Для того, щоб створити ефект присутності, використанні фото з архіву, з офіційного сайту, створені власні ілюстрації. На початку лонгвіду можна ввімкнути аудіо, яке буде звучати протягом всього читання. Також, розміщено відео, яке взято з Youtube-платформи.

Технічні параметри лонгвіду:

1. Обсяг матеріалу – 6 сторінок;
2. Кількість знаків із пробілами – 9 269;
3. Авторський аркуш – 0, 23;

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Булаєва М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник. 2015. № 4. С. 121–123.
2. Вербовий Р. Інструментарій створення мультимедійного контенту. Крос-медіа : контент технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Шевченко. К., 2017. С. 83–90
3. Герасименко А. Я. Гоголем воспетая земля: путеводитель. Харьков: Прапор, 1986. С. 4–18
4. Давиденко Я. У Сорочинці на ярмарок: фотонарис. Харків: Прапор, 1983. С. 33–63
5. Дубровна Т. І., Євменова О. К. Лонгрід як новітній жанр журналістики. Освіта, наука та виробництво. Розвиток та перспективи: матеріали II Всеукраїнської науково-методичної конференції (м. Шостка, 20 квітня 2017 року). Суми: СумДУ, 2017. с. 63.
6. Захарченко А. П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Тернопіль: "Крок", 2014. С. 26–27
7. Крецу І., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Bonn/Germany – Sibiu/Romania: Schiller Publishing House, 2015. 27 с.
8. Пак Е. М. Жанрообразование в сетевых СМИ: творческие и технологические факторы : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.01.10 : захист 14.04.2014 / наук. кер. Г. С. Мельник. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет, 2014. 51 с.
9. Полтавщина: енциклопедичний довідник / за ред. Кудрицького А. В. Київ: "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 1992. 884, 1001-1002 с.
10. Сам собі лонгрід, або Як зверстати довгі тексти в онлайн-сервісах // Media Sapiens. 2016. URL: <https://ms.detector.media/how->

[to/post/17585/2016-10-07-sam-sobi-longrid-abo-yakzverstati-dovgi-teksti-v-onlain-servisakh/](https://medialab.online/news/5-mifiv-pro-longrid/)

11. Сидько А. 5 міфів про лонгрід // MediaLab. 2016. URL: <https://medialab.online/news/5-mifiv-pro-longrid/>
12. Смутко А. Бери й пиши: як створити мультимедійний текст у форматі longread // Inspired. 2015. URL: <https://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/>
13. Хоцький М. О. Гоголівські місця на Україні: фотоальбом. Київ: Мистецтво, 1984. 96 с.
14. Цимбаленко Є., Соколова К. Трансформація журналістських жанрів (на прикладі інтернет-медіа) // Інформаційне суспільство. 2013. № 17. С. 80–83.
15. Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа . Москва: Красанд, 2010. 296 с.
16. «Лонгрід – це рушниця, що вистрілює декілька разів», – редактор Focus.ua» // ЕЖО. 2016. URL: <https://ua.ejo-online.eu/3276/etyka-ta-yakist/лонгрід-це-рушниця-що-вистрілюєдек>
17. «Як зробити лонгрід, який дочитають до кінця?» // WebMaestro. 2018. URL: <https://webmaestro.com.ua/ua/blog/long-read/>

## ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

### А ви бували у Сорочинцях?

Ви коли-небудь замислювалися про те, що герої оповідань Миколи Гоголя з нами навіть в XXI столітті? Хочете відчутти на собі атмосферу з твору «Вечори на хуторі біля Диканьки»? То вирушаємо разом на «Сорочинський ярмарок» - традиційний щорічний захід на Полтавщині.

*У кінці XIX-поч. XX ст. ярмарок у Сорочинцях проходив п'ять разів, але в 20-х роках XX ст. припинив своє існування. Радянська влада негативно ставилася до такого роду торгів. На довгих 45 років розтягнулося мовчання про знамениту малу батьківщину письменника.*

*У 1965 році в Монреалі мали відбутися дні української культури, коли, власне, й постало питання: а що символізує сьогодишню України і яким чином вона повинна бути представлена у далекій країні, в якій, до речі, істотно утворилася найбільша українська діаспора? Ось тоді і виник задум інсценізувати Сорочинський ярмарок за безсмертною повістю Миколи Васильовича. Задум був реалізований не лише за кордоном, а й на батьківщині письменника.*

(музика для атмосфери)

Серпень. Поле. Легкий вітерець підіймає до верху пилову завісу. А там... На величезних гектарах землі вистроїлися легкові автомобілі, мотоцикли, автобуси. Номерні знаки з усіх усюд: Київщина і Харківщина, Придніпров'я і Донбас, Волинь і Закарпаття, Молдова, Білорусь. Навіть – з Кавказу.

Чому стоїмо? Бігом туди, де гамір, де рядочками стоять торгівельні палатки, де сила-силенна людей. Не встигнете ступити, як до вух відразу долітають:

– Купуйте телевізори! Пральні машини!

– Годинники і опішнянські сливи! Кавуни і макітри!

Тут гори домашнього начиння: миски, макітри, глечики.

Господині перебирають, відшуковують найкраще: «По чому глек? – 3 копійки».

Ідемо далі, а тут і полотна, і гребінці. Навіть одяг, взуття. Такого ви не знайдете на жодному ярмарку світу.

А які вишивані і гаптовані сукні жіночі, сорочки дитячі. Так собі і переливаються всіма кольорами, так і виграють на сонечку. Де ж такі роблять? Та де ж.. У Полтаві і Решетилівці, у Нових Санжарах і Диканці, в Опішні і Кременчуці

Ну, а як можна пройти повз велетенську гору опішнянських горшків і глечиків, куманців і келихів, баранців, півників. Та мистецтво опішнянських митців протягом століть славиться на весь світ.



*Нам важко уявити, що раніше якогось товару не вистачало, і купити його можна було лише на ярмарку. Колгоспи і підприємства притримували дефіцитну продукцію. Черги були буквально за всім. Згодом до українських товаровиробників підключалися перекупники з усіх радянських республік. У Сорочинцях можна було купити тульський самовар, оренбурзьку хустку, розписну ложку з Сум, кераміку з Опішні.*

А черги то які. Товар, який «не такий» передають далі: «Жіночко жвавніше. У вас який розмір? А це 40. Передавайте далі».

«Людоньки, підходимо. Одягнемо всю родину. Якість 100%» чути з усіх сторін. Базар, що ж сказати. Від такого дійсно закрутиться голова.

Протискаємося до запашного диму. Запитуємо чоловіка поряд, що за черга: «та ви що. Тут же полтавські галушки. З будь-якою начинкою. І майже за дарма»

«Так, так. І жінці беру, і діткам», - говорить поряд ще один покупець.

– Кому полтавських галушок?

– Миргородських вареників!

– Кременчуцької юшки з рибою!

– Решетилівських гречаників!

– Гадяцького кулешу!

– Сорочинських сластьонів!

Тепер зрозуміло. Ми опинилися у найсмачнішому районі. Тут вам овочі і фрукти, солодощі. А поряд кабанчик смажитися. Товари на будь-який смак і гаманець.

Одне слово – їжте. Їжте на здоров'я!



Кого тільки ви не зустрінете на ярмарку! Людей, не протиснутися. Молодь разом з батьками. Дітвора бігає. Ось люди просто запитали дорогу, а отримали запрошення на частування.

Атмосфера неначе на вуличці села. Всі знайомі, вітаються. Не важливо чи ти місцевий, чи здалеку.





А скільки ігор, скільки розваг! Стоїть отак височенний дубовий стовп, гладенько відполірований, а на самісінькому вершечку – подарунок. Кому? А найспритнішому. Тому, хто здерепкається на той стовп і зніме подарунок.

«Мені дайте. Та це лохотрон. Ниву хочу» – чуємо, намагаємося протиснутися ближче до головної сцени. Бачимо, автомобілі стоять. «Що, дають покататися?», - питаємо. «Краще – дарують», – відповідає хтось з натовпу

І дійсно. Через кілька хвилин новенькі «Ниви», «Москвичі», «Запорожці» уже мали своїх власників.

«Хіба це можливо?», – спитаєте ви. А вам без вагань: «На Сорочинському ярмарку все можливо»

Який же ярмарок без народної творчості. Тут вам і кобзарі, і лірники та навіть цигани. Доходимо до середини площі, а там..

На власні очі бачу гоголівських героїв, точнісінько таких як у творі. Сам Гоголь у фраківі та довгому білому шарфі.

«Цоб-цабе!» – ганяє волів колоритний дядько в шароварах та солом'яному брилі.

Народ аплодує. «Ффффф.здорово» кричать із сторін.



Стоїмо, сонце вже майже за горизонтом, а ми дивимося тільки вперед...

**2019 рік.** Серпень. Поле. Легкий вітерець підіймає до верху пилову завісу.

Майже на кожному кроці поліцейські. І не даремно. Автостоянки займають площу вдвічі більшу за ярмаркову. Людей неймовірна кількість.

Заходимо через центральні ворота. Зустрічають нас солом'яні чоловічки у картузах. Посміхаються.

І ось воно – головне ярмаркове серце України. Масштаби вражають – розписані хатки вкриті соломою, дерев'яні гойдалки, палатки та кіоски. Ярмарка тільки росте і кращає.

Тут вам і традиційна опішнянська кераміка, глиняні свистульки, солом'яні брилі. В іншій стороні вже пральні машини, меблі, одяг та взуття. Вітчизняне селянське чи світове. Усі демонструють свої товари. Ще б пак, «засвітитися» у Великих Сорочинцях – чудова реклама.



Рідко хто проходить повз садибу генерального чи пивного партнерів

ярмарку, що пропонують «живильну рідину»: тут жвава торгівля, цікаві конкурси, можуть і картузик дати від сонця.

Потрапляєш на центральні доріжки, а тут неначе у вулицю. Магніти, прикраси, солодка вата, ковбаски – все чого душа забажає.

"Як завжди, на ярмарку є все: від великовагових автомобілів до маленьких речей вжиткового призначення. Окрасою Національного Сорочинського ярмарку, як завжди, є майстри народних промислів з усіх областей України. Їх цього року понад 400. На їхньому майданчику багато різноманітної вишивки, зокрема бісером, дерев'яних виробів та виробів зі шкіри, ляльок, кераміки, живопису, сувенірів", – зазначив Андрій Ананко, заступник директора ТОВ "Національний Сорочинський ярмарок"

Поряд з українцями і представники інших країн. З В'єтнаму привезли запашний чай, спиртові настоянки на зміях. З білоруського Гомеля трикотаж та одяг з льону. Грузини пригощають національними стравами і винами.

Всі вони побажають вам «добroe здоров'я» і поторгуватися можуть «такая красівий девушка і за 80 отдам».



Ярмарок – це ж не тільки торгівля, але і розваги для душі. Поливальна машина освіжає центральну алею і біля «двору Хіврі» починається урочисте відкриття сорочинського дійства.

«Гоголь був геніальним сценаристом. Адже ми проводимо зараз Сорочинську ярмарку по його сценарію», – виступає Євген Томін, голова Полтавської облдержадміністрації. «Нам приємно, що всі наші старання не даремні і тепер ми з гордістю можемо називати себе Національним

ярмарком».

Людей біля будівлі більше і тепер можна почути традиційні щорічні слова: «Вітаємо вас на Сорочинському ярмарку і запрошуємо приєднатися до цього неймовірного дійства».



*Кожного року організатори намагалися показати відвідувачам ярмарку якусь диковинку. Так, у 1974 році тут побував Московський зоопарк. Усіх вразила слониха Бембі. У 1984 році тут проводилися зйомки популярної телепередачі «Анумо, дівчата» зі знаменитим ведучим Олександром Масляковим. 1990 року було проведено авто шоу. Усі бажані мали змогу покататися на «кукурузнику». А ще можна було залізти на 22-метровий стовп, помазаний салом. Один хлопчина з Хорольського району залазив на той стовп чотири рази і знімав призи: чоботи, гітару, магнітофон..*



Сорочинці – це неймовірний колорит з народними традиціями. Цілий день навкруги чути пісні, вистави. З одного боку їздять вози, запряжені

конями чи волами. Тут вже біля тебе представники різних областей України, перевдягнені у фольклорний одяг співають пісень.



*Багато на ярмарку побувало і знаменитостей. Були тут у свій час артисти Г.Віцин і Є. Моргунов, дует «Кролики», Йосип Кобзон. А вже в останні роки ми мали змогу побувати на концертах Тіни Кароль, Олега Винника, Верки Сердючки та багатьох інших. На ярмарку зустрічають і політичний бомонд. Відвідали його всі президенти України.*



Куди ж без Гоголя – головного героя свята. Роки йдуть, а він все такий молодий та у чорному фраківі.

Щоправда цього року він не один. Є тут і другий – фанерний. З ним можна сфотографуватися за пару гривників. Якщо і цього замало, то на руки залізе ведмедик. Цей симпатяга також крутиться на ярмарку, фиркаючи від спеки



Особливо багато людей біля стилізованого українського села. Тут не тільки можна зробити фото, а й спробувати майстер-класи(звичайно за невеличкий внесок): вишивка, гончарство, ковальські вироби та багато іншого

Проходячи біля сцен можна виграти свистунець, а біля іншої послухати пісень.



Пізно ввечері закривається ярмарок, стихає гамір, музика, пісня, сміх. А наступного дня ярмарок знову вирує, продає і купує, грає і співає, і ще гучніше сміється.

Цілих шість днів гуляють у Великих Сорочинцях традиційний Сорочинський ярмарок, цілих шість днів святкує Україна.



## ВИСНОВКИ

Опрацювавши низку теоретичних праць, що присвячені зазначеній темі кваліфікаційної роботи, можемо узагальнити, що лонгрід – це сучасний новітній формат обсягом від 10 тисяч символів з якісним журналістським текстом, який гармонійно доповнений аудіо, відео, фото, анімацією, інфографікою. Текст орієнтується на багатогранність, мультимедійність інтернет-простору та специфічні запити сучасного читача.

Для обґрунтування доцільності створення інформаційного продукту ми здійснили моніторинг сайтів ТСН.ua та УНІАН.

Отже, протягом 2020 року на ресурсі ТСН оприлюднено 48 лонгвідів різної тематики:

- історичні (9 шт.): «Бабин яр. Хроніка катастрофи», «Символ віри. Історія українського тризуба» та ін;
- практичні поради (12 шт.): «Як оплатити комуналку онлайн?», «Як безкоштовно отримати інсулін?» тощо;
- спецпроект «Пробація в Україні» (5 шт.): історії засуджених, які отримали шанс на виправлення в громаді;
- ремонт (5 шт.): «Плитка», «Кухня», «Ламінат», «Електроінструменти»;
- спецпроекти (7 шт.): «Медіаосвіта: реалії та перспективи», «Кіборги. Маємо пам'ятати» та ін.;
- пізнавальні (10 шт.): «5 фактів про компанію Shell», «15 років Google Карт: хто та як створює мапи в Україні» тощо.

За той самий період на сайті інформаційного агентства УНІАН знаходимо 12 матеріалів у форматі лонгвіду, які висвітлюють такі теми:

- туризм (2 шт.): «10 найкращих гірськолижних курортів світу», «Невідома Україна»;
- культура (2 шт.): «Рекордсмени премії Оскар», «Інший Шевченко»;
- поради (3 шт.): «День Святого Валентина: шпаргалка», «Масляна: історія,

поради, рецепти», «Хелловін: як страшно повеселитися»;

- Коронавірус (2 шт.): «Коронавірус – детально про світову катастрофу», «Як корона вірус змінив світ»;
- міжнародне: «Протести у Білорусії»;
- історія: «10 найстрашніших екологічних катастроф в історії людства»;
- пізнавальне: «Феномен TikTok. Як китайська соцмережа підкорила світ».

На прикладах окремих лонгвідів ми здійснили детальний аналіз структури текстової частини та аудіовізуальних засобів як необхідних рівноцінних складових формату. Грунтуючись на вище зазначеному, можемо стверджувати, що матеріали мають якісне оформлення та зрозумілу, логічно вмотивовану структуру. За рахунок інфографіки, фото, відео та аудіо контенту читач може глибоко зануритися у тему. Журналісти ретельно опрацювали проблеми, інформація є об'єктивною, містить посилання на достовірні джерела.

У результаті роботи ми створений власний продукт у форматі лонгвіду «А ви бували у Сорочинцях?». Текст написаний у жанрі репортажу. У ньому описується історична подія – Сорочинський ярмарок. Лонгвід супроводжується мультимедійним контентом, що додає динаміки. Матеріал складається із двох частин. Перша частина розповідає про ярмарок у 90-ті роки. У другій частині – дійство відбувається у 2019 році, у останній рік його проведення. Розповідь ведеться від першої особи. Для досягнення ефекту присутності використані фото з архіву, з офіційного сайту, створені власні ілюстрації. На початку лонгвіду можна ввімкнути аудіо, яке буде звучати протягом всього читання. Також, розміщено відео, яке взято з Youtube-платформи.

Текст орієнтований на широку аудиторію і покликаний привернути увагу реципієнта. У подальшому він може бути розміщений на офіційному сайті ярмарку, на сторінках у соціальних мережах, , на інформаційний онлайн-сайтах.