

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЦЕНТР ЗАОЧНОЇ, ДИСТАНЦІЙНОЇ ТА ВЕЧІРНЬОЇ ФОРМ НАВЧАННЯ

Кафедра журналістики та філології

ДОБІРКА ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ: ЛОНГРІД

Selection of journalistic materials: the longread

Кваліфікаційна робота

освітнього ступеня «бакалавр»

студентки спеціальності «Журналістика»

освітньої програми «Журналістика»,

групи ЖТз-71с

Новак Дар'ї Іванівни

Науковий керівник:

Сидоренко Ольга Павлівна,

канд. пед. наук, доцент

Суми 2021

Новак Д. І. Добірка журналістських матеріалів: лонгрід [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр; спец.: 061 – журналістика / Д. І. Новак; наук. керівник О. П. Сидоренко. – Суми: СумДУ, 2021. – 45 с.

Робота має творчий характер. Автор з урахуванням теоретичних положень щодо підготовки медіаматеріалів у форматі лонгріду, моніторингу інформаційного контенту сучасних медіа пропонує подорожній нарис у форматі лонгріду. Основною метою кваліфікаційної роботи є створення тематичного лонгріду для онлайн видання.

Ключові слова: лонгрід, жанр, формат.

ЗМІСТ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
ВСТУП.....	4
1. Лонгрід як форма сучасної мультимедійної журналістики.....	6
2. Лонгрід у сучасному інформаційному просторі.....	11
3. Специфікація інформаційного продукту.....	16
3.1. Структура творчого доробку	16
3.2. Технічні характеристики.....	16
3.3. Авторський задум.....	16
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	18
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ	20
ВИСНОВКИ	43
ДОДАТКИ.....	44

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

ВСТУП

Лонгрід – своєрідний тренд новітніх медіа, який тісно пов'язаний із різними традиційними жанрами (репортаж, інтерв'ю, аналітична стаття, нарис, портрет). Завдяки мультимедійності, інтерактивності та гіпертекстуальності його можна назвати більш оригінальною формою подачі інформації у вигляді цілої сюжетної історії. Він орієнтується на багатогранність інтернет – простору та потреби сучасного споживача медіаконтенту.

Створення лонгріду – доволі складний, трудомісткий, енергозатратний процес. Для збору інформації може піти не один місяць, для написання тексту – не один тиждень, а для редагування – не один день. Цей жанр вимагає повного занурення в роботу та самовідданості автора.

Серед українських вчених, які займалися питанням створення лонгріду можна виокремити О.В. Ситника, О. І. Харитоненка, С. Шашенка та В. Шевченка. За кордоном такий спосіб подачі журналістського матеріалу виник раніше, тому вивченню цього жанру приділялося більше уваги. Варто згадати таких зарубіжних дослідників, як К. Дж. Бернхерст, Л. Мерісалло, Дж. К. Нерон, Дж. В. Павлик, Т. Рейнджер, А. Сміт, Дж. Тулок та інші.

Р. Вербовий та І. Мацишина в своїх працях описали основні ознаки лонгріду. О. Ситник досліджував їх із точки зору композиційно-графічного моделювання. О. Євменова та Т. Дубровна опрацьовували їх як жанрову специфіку журналістики. О. Нестеренко з'ясувала передумови виникнення лонгрідів.

Мета кваліфікаційної роботи – створення власного лонгріду для онлайн видання.

Для досягнення мети необхідно виконати такі **завдання**:

- опрацювати теоретичні аспекти обраної теми: визначити зміст поняття та складові лонгріду;
- дослідити особливості написання лонгріду;
- промоніторити українські видання щодо специфіки подачі в них цього формату медіаматеріалів;
- створити власний інформаційний продукт.

Структура: кваліфікаційна робота містить: пояснювальну записку, до якої входять вступ, де визначається мета й завдання роботи, надаються теоретичні відомості та обґрунтування творчого доробку і його специфікації; список використаних джерел; власний інформаційний продукт; висновки до роботи та додатки. Загальний обсяг роботи – 46 сторінок. Основний зміст викладено на 43 сторінках.

1. Лонгрід як форма сучасної мультимедійної журналістики

Лонгрід – велика мультимедійна історія з виразними фото, відео, аудіо та інтерактивними вставками. Л. Василик зазначає, що це «новий формат подачі текстової інформації в інтернеті. Коли віртуального тексту багато, його розбивають різними вставками: роликами, презентаціями, інтерактивними картинками, цитатами, виносками» [7].

І. Тонкіх також зауважує, що лонгрід – це «не жанр, а скоріше формат подачі інформації, у якому може поєднуватися вербальний та візуальний контент з оригінальним дизайном» [12]. Такої ж думки дотримуються і вчені М. Булаєва, А. Галустян, Д. Кульчицька, які говорять про поєднання різних жанрів традиційної журналістики в цьому форматі. І. Мацишина [9] виокремлює його, як самостійну форму мультимедійної журналістики.

М. Чабаненко ж визначає лонгрід як «багатоформатний жанр інтернет-журналістики, розрахований на перегляд, передовсім, з гаджетів із сенсорними дисплеями»; «різновид інтернет-публікацій, цікава мультимедійна розповідь великого розміру» [14].

М. Колесніченко відносить лонгрід до групи аналітичних жанрів та порівнює його зі статтею, але акцентує на більшій наочності подачі матеріалу за рахунок використання прикладів і репортажних вставок, які збагачують та полегшують сприйняття об'ємної інформації [5].

Лонгрід дійсно має ознаки аналітичності. Окрім послідовності викладу інформації та специфіки її представлення, важливою особливістю цього жанру є висвітлення проблеми з нестандартної точки зору та глибоке опрацювання питання. Головна мета автора – захопити увагу читача цікавим способом подачі звичайної теми.

Ще до появи інтернету медійники видавали вагомі тексти. Статті, новели, огляди та інші жанри, які знаходилися на межі художньої та аналітичної журналістики – теж лонгріди, але на папері. На початку двохтисячних технічні

можливості не давали змоги публікувати матеріали з великою кількістю знаків. Усе змінилося з появою HTML 5. Почалося перекладання жанру на цифрові носії та його пристосування під маркетингові потреби.

Уперше у ЗМІ про «лонгрід» дізналися завдяки The New York Times, які на своєму сайті у 2012 р. розмістили мультимедійний матеріал, який суттєво відрізнявся від тих, що раніше публікувала їх онлайн – редакція. Після них до цього формату почали звертатися The Washington Post, The Guardian та інші відомі в усьому світі видання. В Україні лонгріди почали використовувати з 2015 р.

Від початку такий жанр, як лонгрід, могла собі дозволити далеко не кожна редакція. Адже він вимагав значних фінансових та ресурсних вкладень, якими могло похвалитися лише обмежене коло ЗМІ. Із часом мас – медіа виробили певний алгоритм дій, який робить цей процес менш трудомістким та прискорює роботу над виготовленням мультимедійного матеріалу. Аналіз процесу створення контенту в українських та закордонних виданнях дає змогу зрозуміти, що кількість людей, які працюють над цим форматом скорочується разом із термінами виконання окремого проєкту.

На даний момент існують веб – платформи, які дозволяють створити лонгрід за принципом конструктора. Наприклад, за допомогою такого ресурсу як Tilda Publishing, можна сконструювати власний інформаційний продукт, навіть не володіючи навичками програмування. Тому зараз, журналіст, який має достатній професійний рівень та вміє креативно мислити, може без сторонньої допомоги виготовити мультимедійний контент.

С. Шашенко у своїй праці пише: « У контексті розвитку цифрових медіа лонгрід — це спосіб послідовно і логічно подати тематично організований масив інформації у структурованому вигляді, застосовуючи різноманітні форми візуальної комунікації, технологічні прийоми представлення мультимедійного контенту та психологічні методи впливу для утримання уваги читача та сприяння легшому засвоєнню ним побаченого» [15].

Власне, матеріал із великим обсягом, що має гарну верстку та оригінальне наповнення (фото, відео, карти тощо) – це і є лонгрід. Але таким унікальним його робить не розмір чи сучасна анімація, а певний підхід до роботи. Зробіть текст меншим – він залишиться лонгрідом. Приберіть інфографіку – він залишиться лонгрідом. Убийте глибину опрацювання теми та унікальний стиль подачі – усе пропало.

Для того, аби створити якісний лонгрід, спершу необхідно визначити цільову аудиторію, обрати цікаву, актуальну тему, зробити розгорнутий план, у якому варто занотувати всі свої думки та ідеї. А вже після цього приступати до збору інформації, написання тексту, зйомки фото, відео, створення інфографіки тощо. І маючи все необхідне оформити захопливий, зрозумілий для читача матеріал. Доречним буде використання посилань на першоджерела, висловів експертів, цитат, прикладів та модулів зворотного зв'язку (можливість вподобати, поширити, прокоментувати, пройти вікторину чи тест на засвоєння прочитаного).

У той час, коли крики про відсутність уваги та концентрації в читача доносяться з усіх боків, такий текст здатен утримувати аудиторію від 10 до 40 хвилин.

Лонгріди дійсно дочитують до кінця. І це питання не розміру, а змісту. І звісно ж форми в якій він подається. Перегляд контенту з мобільного пристрою став для людей зручною звичкою. Години проведені за комп'ютером та години з телефоном спливають для нас по – різному. Перші тягнуться, другі пролітають. Моменти, проведені з гаджетом у руках, зазвичай спрямовані на відпочинок або тривале очікування. Вимкнувши внутрішнього перфекціоніста, не замислюємося над якістю проведеного періоду. На екрані рядки здаються коротшими, очі рухаються менше, майже не звертаємо уваги на смугу прокрутки. Відкриваючи посилання, не замислюємося над довжиною тексту і, відповідно, починаємо заглиблюватися в сенс написаного. Це підтверджено дослідженням, проведеним Pew Research Center у травні 2016 р.: «користувачі

мобільних пристроїв удвічі більше часу проводять за читанням довгих статей, ніж коротких новинних текстів».

Лонгрід – гарний вибір у час стрімкого та смачненького контенту, тому що в аудиторії з'явився апетит до довгих історій на тлі інформаційного перевантаження безглуздими короткими текстами. Зростання популярності цього виду медіа можна пояснити комплексним задіянням жанрових та технологічних можливостей сучасної журналістики.

Це вдалий жанр для довготривалих інвестицій у контент. Лонгріди не помруть завтра, тому що їх неможливо замінити більш простими формами подачі інформації. Вони не схожі на рекламні матеріали, що тримаються на обмеженому наборі прийомів. Незвичайний дизайн, захоплива історія, розбавлена інтерактивними вставками – саме ті речі на яких він побудований, завжди будуть цікавими для читача. Редактор видання Focus.ua Михайло Кригель зазначає: «Лонгрід – це рушниця, що вистрілює декілька разів» [1].

Лонгріди – конкурентоспроможні. Існує низка причин, які це підтверджують. Одна з них пов'язана з великою кількістю слів. Адже не завжди виходить дочитати його до кінці з першого разу, тому доводиться зберігати посилання або поширювати в соціальних мережах, аби повернутися до перегляду пізніше. Друга – такий матеріал потребує кропіткої праці та займає багато часу для опрацювання. А цікава історія, над якою майстерно попрацювали, неодмінно викличе інтерес в аудиторії. Наступна – довгим текстом легше викликати довіру. Чим більше часу користувач проведе на сторінці, тим авторитетнішим джерелом інформації буде ваш сайт для пошукових систем.

Лонгрід – це перш за все велика історія. Довжина надрукованого тексту – вторинна для нього, найголовніше – це сенс сказаного. Не кожному темі можна розкрити в цьому жанрі. Проте існують найпопулярніші, до яких слід звертатися під час написання. Найбільш вдалі – гостросоціальні, актуальні події, пропущені через особистий досвід, історії конкретних особистостей та

історичні події, завдяки яким можна провести паралель із сучасністю. Такий формат подачі журналістського матеріалу використовують тоді, коли про щось неможливо розповісти коротко. Завдяки своїй специфіці він дозволяє розкрити тему повністю з усіма важливими та значущими деталями.

На сайті WebMaestro представники IT бізнесу в інтернеті розмістили статтю, у якій запропонували типологію лонгвідів розділивши їх на:

- портрет людини (people story) – розповідь про конкретну особистість із використанням фото, цитат родичів, друзів та унікальних життєвих фактів;

- репортаж – опис важливої події на фоні з анімацією, інтерв'ю, аудіо та відео файлами;

- реконструктор (аналітичний текст) – головною метою є з'ясування причин та наслідків певної події або явища, посилаючись на дослідження, цитати фахівців зі вставками аудіо та відео.

Окремо вони виділяють комерційні лонгвіди, завдяки яким можна привернути увагу потенційних клієнтів, створивши імідж експерта. Головна мета – не продати, а запам'ятатися, розкривши тему без використання реклами. Тим самим трансформуючи читачів у постійних покупців.

У сучасному медіапросторі поняття лонгвід сприймається як вдалий спосіб логічно, послідовно та структуровано подати існуючий потік інформації разом із різними формами візуалізації, веб – дизайну та психологічних прийомів для утримання уваги читача, шляхом сприяння легшому засвоєнню ним побаченого.

2. Лонгрід у сучасному інформаційному просторі

Українські інтернет – видання почали звертатися до лонгріду в 2014 – 2015 рр. Першими сторінками, на яких цей жанр набував популярності були «Телевізійна служба новин», «Дзеркало тижня», «Українська правда» та «Новое время». Інтерв'ю такого формату випускали в проєкті «The Ukrainians», заснованому в 2014 р.

На початку становлення лонгріду український медіапростір не вирізнявся оригінальністю. Зазвичай виходили репортажі присвячені гостросоціальним та актуальним подіям: Майдан Незалежності, війна на Сході, аварія на ЧАЕС тощо.

Тематика сучасних лонгрідів з кожним роком збільшується, складаючи конкуренцію форматам традиційної журналістики.

Аби з'ясувати як у сучасному українському медіапросторі висвітлюють лонгрід, ми звернулися до таких видань: «Телевізійна служба новин», «УНІАН», «Новое Время».

Ми промоніторили матеріали опубліковані в період із січня 2021 року по 10 квітня.

«Телевізійна служба новин» або ж **tsn.ua** – одне з найпопулярніших інтернет – видань українського медіапростору. Завдяки цілодобовому оновленню стрічки новин, ресурс став лідером серед інформаційних сайтів.

Окрім новинних матеріалів, на сторінці можна знайти достатню кількість креативного, цікавого, ексклюзивного контенту великого обсягу.

Сайт має постійну рубрику «Спецпроєкти». Кожен із опублікованих матеріалів якої зроблений у форматі лонгріду. Більшість із них вирізняються чіткою графікою, яскравим візуалом, нестандартним авторським підходом та використанням сучасних веб – можливостей.

Із січня майже до середини квітня було опубліковано три лонгріди. Серед них різні типи цього жанру: комерційний, портретний та аналітичний.

Перший лонгрід має назву «ТЕСТ: ЧИ ДОБРЕ Я РОЗБИРАЮСЯ В ОПЛАТАХ КАРТКОЮ?». Це робота tsn.ua та Mastercard, який виступає їх постійним партнером. Подібні матеріали з'являються на сайті досить часто, завдяки чому формується імідж Mastercard як експерта та підвищується до нього лояльність клієнтів. Саме це і робить лонгрід комерційним. У них навіть є власний хештег #кориснізвички з Mastercard за допомогою якого легко знайти їх спільні спецпроекти.

Лонгрід зроблений у форматі тесту, вісім запитань якого допоможуть з'ясувати наскільки добре ви розбираєтесь у безготівкових оплатах.

Наступний лонгрід – «Тоталітарний режим настає непомітно, як темрява». Аналітичний матеріал у форматі інтерв'ю з істориком, доцентом історичного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка, директором Інституту вивчення Голокосту в Східній Європі при Меморіальному центрі Голокосту «Бабин Яр» Андрієм Руккасом у ролі експерта. У якому він розповідає про причини Голокосту, чому ця трагедія така важлива для історії України, чому винищували саме євреїв та як про цю подію розповідають в інших країнах.

Матеріал супроводжують дві галереї старих фотознімків наданих ВУНМС (Меморіальним центром Голокосту «Бабин Яр»).

Останній лонгрід – «КІБОРГИ. Маємо пам'ятати». До виходу фільму "Кіборги" ТСН.ua спільно зі знімальною групою презентували спецпроект про головних героїв стрічки – "кіборгів", чії історії були покладені в основу картини.

У матеріалі подано фото, коротку біографію, унікальні життєві факти, погляди та досягнення бійців, які стали прототипами героїв стрічки. Також вони розповідають, що для них Донецький аеропорт, дружба та як усе було насправді.

Щодо оформлення лонгвідів, то в кожному з них використано кнопку, яка дозволяє повернутися на початок тексту, коли сторінка проскролена вниз, що

додає зручності під час читання. Також є зафіксована в лівому верхньому куті активна кнопка, що дозволяє будь – коли перейти на головну сторінку сайту. В одному з матеріалів використано смугу прокрутки – індикатор, що допомагає користувачеві зрозуміти в якій частині сторінки він знаходиться.

«УНІАН» – (Українське Незалежне Інформаційне Агентство Новин) – один із найбільших виробників та постачальників політичної, соціальної та ділової інформації. Матеріали виходять трьома мовами (українська, російська та англійська). Серед засновників агентства — Національна спілка журналістів України і Союз юристів України. У 1999 році було створено одну з перших в Україні оперативних фотослужб новин, яка працює в режимі реального часу.

Сайт має рубрику «Лонгріди», яка постійно оновлюється. Усі вони зроблені однією журналісткою – Веронікою Кордон. У деяких із них поряд вказують ще одного автора, зазвичай це відбувається коли матеріали комерційні або ж спільні соціальні проєкти.

Лонгріди вирізняються довгими, вагомими текстами та зазвичай супроводжуються фото, відео та аудіо файлами. Мають гарний візуал та цікаве оформлення переходів при скролінгу.

Майже за три з половиною місяці вийшло 3 нові матеріали в цій рубриці. Два аналітичні лонгріди та один комерційний.

Розпочнемо з комерційного. Він має назву «Чверть століття світового панування. Як PlayStation стало головною ігровою консоллю». Цей спецпроект було створено за підтримки PlayStation. Вочевидь задля того аби привернути увагу потенційних покупців. Основна ідея – згадати який шлях пройшла компанія, переглянути культові ігри минулих років та порівняти їх із трендами консолі нового покоління, а саме PlayStation 5, яка вийшла декілька місяців тому.

Дивує те, що в переліку лонгрідів заголовки подається українською мовою, проте перейшовши за посиланням, текст доступний лише російською. І це не єдиний випадок на цьому сайті.

«CLUBHOUSE. Чому нова соцмережа стала такою популярною» – ефектний матеріал на темно сірому фоні. Підкріплений зображеннями та анімацією, що цілком відповідають тематиці.

Допоможе читачу розібратися в чому полягає феномен Clubhouse, як туди потрапити та користуватися. Авторка розмірковує, чи є в соцмережі майбутнє або ж це звичайна вірусна популярність, яка мине з часом.

Тема, яка турбує весь світ уже довгий час, не могла пройти осторонь такого жанру як лонгвід. Тому наступний матеріал, опублікований у січні, має назву «Рятівна вакцина. Як світ вирішив дати бій пандемії COVID-19». Досить об'ємний текст, у якому розповідається усе про можливі світові вакцини та зокрема препарати, які надходять до України. Доступно описано процес щеплення, можливі ризики та наслідки. А також поради, хто не має зволікати, а кому краще утриматися від цієї процедури.

Окрім зображень, текст підкріплено вдало зробленою інфографікою. Думки авторки супроводжуються цитатами експертів, що надає матеріалу вагомості та підвищує рівень довіри в аудиторії.

У кожному з лонгвідів у лівому верхньому куті знаходиться активна кнопка, яка дає можливість будь – коли перейти на головну сторінку «УНІАНу». Також розміщено посилання на всі соціальні мережі новинного порталу. А наприкінці завжди присутній блок з «Читайте також:...», у якому пропонують матеріали подібні до переглянутого.

«Новое Время» – український друкований суспільно – політичний щотижневик, який має інформаційно – новинний сайт та онлайн digital версію журналу (українською та російською мовою).

Онлайн – версія видання має постійну рубрику «Лонгвіди». Із 1 січня до 10 квітня в ній було опубліковано 120 матеріалів. Із максимальною кількістю оновлень – 5 за добу. Вочевидь редактори вирішили брати не якістю, а кількістю. Не кожна з опублікованих праць можна назвати лонгвідом. Часто зустрічаються звичайні мультимедійні історії, де текст супроводжується

зображеннями. Вони не підкріплені незвичайним оформленням та не вирізняються цікавим авторським підходом. Велика кількість рекламного контенту. Із мультимедійних елементів, окрім фото, можна знайти відео, рідше аудіо – файли та досить вдалі інфографіки, які автори іноді використовують замість великого тексту.

Серед особливостей сайту – присутній платний контент. Його розміщено під позначкою «НВ Преміум». Тобто дочитати матеріал до кінця можливо лише після підписки на видання. Сторінка – двомовна, можливо обрати між російською та українською. Відкриваючи кожен із лонгвідів, у правому нижньому куті завжди знаходиться активна кнопка, яка дозволяє перейти на «НВ Радіо». Також закріплено меню навігації, що допомагає будь – коли змінити рубрику, перейти на головну, обрати мову, увійти в особистий акаунт та оформити передплату, не виходячи з обраного читива.

Проаналізувавши три інтернет – ресурси, можна дійти висновку, що в Україні такий жанр, як лонгвід, усе ще не до кінця досліджений. Деякі українські видання досі залишаються на рівні розвитку в цьому напрямі. Публікують примітивні мультимедійні матеріали, прикрашаючи текст за допомогою фото чи відео, та видають їх за лонгвіди. Проте існують і ті, що використовують новітні технології, сучасні можливості веб – дизайну та створюють цікавий візуал на своїх сторінках.

3. Специфікація інформаційного продукту

3.1. Структура творчого доробку

До творчого доробку увійшов один, але вагомий матеріал під назвою «До Польщі не на заробітки: святкуємо Різдво у Варшаві». Текст написаний у жанрі подорожнього нарису та подано у форматі лонгріду, створеного на платформі Tilda Publishing.

3.2. Технічні характеристики

Творчий доробок має 28 811 авторських знаків з пробілами. Надрукований на 23 сторінках формату А4. Кількість авторських аркушів – 0,72.

3.3. Авторський задум

Початок роботи над матеріалом не такий легкий, як може здатися на перший погляд. Із моменту, коли журналіст наважується на написання чогось суттєвого, перед ним постає ряд найважливіших завдань. Вони полягають у пошуку цікавої, актуальної теми, головної думки, сюжетно – композиційного ходу, аналізу цільової аудиторії, підбору відповідного жанру та форми подачі інформації. Не кажучи вже про вдалий заголовок, який має виділяти публікацію серед інших, та першу фразу, від якої залежить тон подальшого твору.

Починаючи роботу над матеріалом, одразу визначилися, що це має бути саме лонгрід. Основна причина – новизна та не заїждженість жанру. Тим паче, завдяки його особливостям, легко привернути увагу аудиторії. Він не потрапляє в потік «інформаційного шуму», а завдяки індивідуальному авторському підходу, стовідсотково не стане мішенню для плагіату.

Під час написання ми намагалися уникати складних термінів чи територіальних висловів. А якщо використовували їх, то обов'язково з поясненням та лише там, де цього вимагав контекст. Завдяки чому, текст легкий для сприйняття та максимально наближений до читача.

Ідея написати про різдвяну поїздку до Варшави зародилася в мене в перший же день перебування в іншій країні. Відмінний від українців менталітет, традиції, обряди, рівні підготовки до новорічних свят та кардинально різні погляди на життя – ось що стало поштовхом розповісти про побачене читачеві.

Інформаційним приводом стало порівняння традицій святкування Різдва в Україні та Польщі.

У своєму лонгріді, на основі побаченого, я розповідаю про ставлення поляків до свята. Виокремлюю найважливіші аспекти, без яких вони не уявляють цей день. Порівнюю традиції та зазначаю відмінні від наших. Окрім тексту, завдяки самостійно зробленим фотознімкам, показую який вигляд має Варшава новорічна. Як органи місцевого самоврядування створюють різдвяну атмосферу для мешканців та туристів. А також даю поради стосовно аренди помешкання, проїзду громадським транспортом та бронювання квитків. Описую та оцінюю туристичні місця й торгові центри, які варто відвідати, перебуваючи в польській столиці. А також підраховую всі фінансові витрати для даного відпочинку.

Упевнена, обрана тема доволі актуальна для людей, які ще не вирішили де провести святкові вихідні. Варшава – гарний варіант для тих, кому набридло сидіти вдома та необхідно емоційно й культурно збагатитися перед новим роком. За сучасних можливостей безвізу та за умови закордонного паспорту на руках, у жодному з туристичних міст України відпочинок не обійдеться дешевше. То чому б за ці ж кошти не познайомитися з колоритом сусідньої, але такої не схожої держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Лонгрід – це рушниця, що вистрілює декілька разів», – редактор Focus.ua» [Електронний ресурс] // ЕЖО. –25 жовтня 2016. - Режим доступу до ресурсу : <https://ua.ejo-online.eu/>
2. WebMaestro. Як зробити лонгрід, який дочитають до кінця? [Електронний ресурс] // WebMaestro. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://webmaestro.com.ua/ua/blog/long-read/>
3. Блажеєвська Ю. М. Лонгрід як спосіб подачі інформації в сучасних інтернет-ЗМІ / Юлія Миколаївна Блажеєвська. – Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2019. – 36 с.
4. Войтович М. Лонггид о лонгридах [Електронний ресурс] // Texterra. – 2019. – Режим доступу до ресурсу : <https://texterra.ru/blog/longrid-o-longridakh.html>
5. Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе [Електронний ресурс] / Александр Васильевич Колесниченко // Электронный научный журнал "Медиаскоп". – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.mediascope.ru/>
6. Колесниченко, А. Прикладная журналистика. Учебное пособие. – Москва : Изд-во Моск. Ун-та, 2008. 180 с.
7. Крецу І., Гузун. М., Василик. Л. Підручник з крос-медіа, Bonn / Germany – Sibiu/ Romania, Schiller Publishing Youse, 2015. – 140 с.
8. Лешко У. Лонгрід як форма сучасної мультимедійної журналістики: Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. Випуск 48 : Вінниця, 2020. – С. 180–188.
9. Мацишина, І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду), Шевченко, В. (Ред.), Кросмедіа: контент, технології, перспективи (колективна монографія), – Київ: Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. – 149 с.

10. Радченко Я.Д., Сіріньок-Долгарьова К.Г. Виникнення та розвиток лонгріду як формату сучасної журналістики : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 131 с.
11. Сидоренко О., Головенко Є. Лонгрід: особливості використання інструментів медіадизайну. XVI Всеукраїнська науково-практична конференція "Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти" : тези доповідей . Суми : Сумський державний університет, 2020. С. 137-142.
12. Тонкіх, І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навч. посіб. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 13 с.
13. Уніан. Про нас [Електронний ресурс] // Unian. – Режим доступу до ресурсу : <https://www.unian.ua/static/about>
14. Чабаненко М. Мультимедійність в інтернет-журналістиці: навч. метод. посіб. для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика», Запоріжжя : Просвіта, 2018. 80 с.
15. Шашенко С. Комунікаційні аспекти сучасних мультимедійних лонгвідів: українська практика / Сергій Шашенко. – Київ: Київський національний університет культури і мистецтв, 2019. – 14 с.
16. Шевченко, В. Е. Кросмедіа: контент, технології, перспективи / колективна монографія / Київ : Ін-т журналістики Київського нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, 2017. – 234 с.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

До Польщі не на заробітки: святкуємо Різдво у Варшаві



Вузенькі вулички, височенні хмарочоси, затишні кав'ярні, пафосні готелі, старовинна архітектура... Не скажу, що це було кохання з першого погляду, проте вона змогла мене в себе закохати. Така різна й така одна. Варшава.

Ніде у світі ви більше не знайдете місто з вулицею Вінні Пуха, яку поляки кумедно називають Kubusia Puchatka (Кубуся Пухатка). І не дивно, у них достатньо часу на роздуми. Лише уявіть, за рік мешканці проводять у пробках 106 годин, а це, на хвилиночку, півмісяця здорового сну.

* * *

«Тут так красиво. Приїзди до Варшави на Різдво». Таку пропозицію я отримала від свого хлопця, який навчається та працює в польській столиці. Це звісно не пропозиція руки та серця, але теж не погано. Тому я погодилася. І так, до Польщі їдять не тільки на заробітки.

Менше тижня аби домовитися на роботі, зібрати речі, напекти смачного печива в дорогу й купити квиток, який до речі, обійшовся мені не так дорого, усього 378 гривень.

І ось я вже сиджу в комфортабельному автобусі від «AGA TRAVEL», який прибув на київську станцію із запізненням усього лише на півтори години. Зате є вай-фай та кондиціонер, який мені точно не знадобиться, враховуючи те, що сьогодні 22-ге грудня.

Моя перша поїздка за кордон. От і знадобився закордонник, зроблений «на всякий випадок». Дванадцять годин нічної дороги – це не сон. Це три рази прослуханий плейлист, різноманітні краєвиди, затерплі ноги, зупинки лише на заправках, думки про найкращий зимовий відпочинок і найголовніше – нерви. А якщо не пропустять на митниці? А чи всі документи в порядку? А що відповідати прикордонникам, адже польської я не знаю? і т. д.

Черга на митному контролі, напевно, завжди хвилююче дійство. З одного боку в жіночки перевіряють валізи, виймаючи навіть косметику. З іншого – дівчина впевнено розповідає прикордонникам про ціль свого візиту, скільки грошей має з собою, де зупиниться та як довго збирається гостювати. Стою і налаштовую себе на краще. Моя черга. Подаю паспорт молодому прикордоннику:

- Daria? – говорить польською.
- Дар'я. – збентежено відповідаю.

Чую, як ставиться штамп на чистому аркуші. Це все. Не можу повірити. Напевно, він побачив мої перелякані очі й вирішив не муштрувати, аби хоч не втратила свідомість. Буде що друзям розповісти.

День перший

Десята ранку і я вже забираю свою валізу в помічника водія. Надворі трохи тепліше, ніж в Україні, та дощить. Мої нові замшеві чобітки не були до такого готові. Відходжу від зупинки, і розумію, що на центральну автостанцію це місце не дуже схоже (адресу, куди мала прибути, ще вдома забила в Google Maps). Артема (ім'я мого хлопця) теж не видно, хоча він мав мене зустріти. Про те, що я під'їжджаю, сповістила ще пів години тому.

Точне місце знаходження мені не відоме, польської SIM-карти, аби зателефонувати, не маю, та ще й вай-фай відсутній, хоча мене запевняли, що він має бути. Пів години метушні здавалися вічністю. Мене було врятовано, проте Артему довелося обійти всю прилеглу територію та околиці, аби знайти пропажу. Як виявилось, водій вирішив висадити пасажирів з іншого боку станції, аби не заїжджати в глиб, адже це була не кінцева, а він і так ішов трохи з запізненням. Не раджу потрапляти в такі ситуації, але якщо все ж таки з вами відбудеться щось подібне, не бійтеся запитувати, навіть якщо не знаєте мови чи соромитесь. Вам обов'язково допоможуть, покажуть дорогу, проведуть чи дадуть зателефонувати – перевірено.

Чистий салон, великі майже панорамні вікна, новенькі сидіння, облаштовані місця для інвалідів, водій, одягнений у білу сорочку, за скляними дверима від пасажирів – перше, що помічаєш, зайшовши до міської маршрутки в Варшаві. Жодного «передайте за проїзд», «обережно яйця», і «на зупинці зупиніть» ... Цю ідилію перериває лише щира українська лайка, яка лунає із задніх сидінь. Як то кажуть «наші скрізь».

Тож, якщо доведеться користуватися громадським транспортом, купити квиток ви зможете безпосередньо на зупинці, там завжди стоять автомати самообслуговування з можливістю вибрати українську мову. Інший варіант – придбати його через інтернет, сплативши онлайн. Одразу будьте готові до того, що сталої ціни, як в Україні, немає. Вартість залежить від проведеного часу в дорозі. Наприклад, 20-ти хвилинний проїзний обійдеться вам в 25 грн 60 коп. (3.40 zł). Якщо ж їхати довго, можна взяти на 75 хвилин, який коштує 33 грн 10 коп. (4.40 zł), або на 90 хвилин за 52 грн 70 коп. (7 zł). Є й вигідніші варіанти. Добовий – 112 грн 90 коп. (15 zł), на три дні – 271 грн (36 zł), вікендовий (діє з 19:00 п'ятниці до 8:00 понеділка) за 180 грн 60 коп. (24 zł), на 30 днів – 827 грн 80 коп. (110 zł), або ж на 90 днів – 2107 грн (280 zł). Автобус, метро чи трамвай – оптимальний варіант пересування містом. Одноразовий виклик таксі

обійдеться в початкову оплату 60 грн 20 коп. (8 zł), а потім 14 грн 30 коп. (1.90 zł) за кожен кілометр у денний час, а вночі чи на свята в 18 грн за км (2.40 zł).

Їхати рівненькою дорогою, оглядаючи чисте, доглянуте, розвинене місто – суцільне задоволення. Каталася б так увесь день, не звертаючи уваги, навіть, на втому після дороги.

Помешкання, у якому я проведу найближчий тиждень, знаходиться в 20-ти хвилинах їзди від центру, звісно, можна знайти і ближче, але це буде значно дорожче. Тож зупиняюсь в хостелі, де проживає Артем увесь час свого перебування в Варшаві. Назвавши це місце хостелом, здогадуюся, що ви могли уявити, проте повірте, нічого спільного з усіма нам відомими умовами в подібних місцях в Україні воно не має. Це огорожена, асфальтована територія на якій знаходиться офіс власника та шість триповерхових затишних будинків. На кожному поверсі по дві, три кімнати на одну – три особи та кухня. Душ і туалет не спільний, а окремий у кожній кімнаті. Євроремонт, меблі та базові електричні прилади – усе для комфортного проживання.

Сьогодні по плану відпочивати в компанії гарячого чаю та печива, а все інше нехай зачекає.

День другий



Не можу дозволити собі відсипатися до обіду. Упевнена, сьогодні буде насичений день. Ледь продерши очі ми відправляємося до найтуристичнішої частини Варшави – Старого Міста.



Маленькі різнокольорові будинки, розташовані вздовж лабіринтів вулочок, переповнені, захопленими поглядами, площі, стукіт коней по старій брущатці, міські художники, музиканти та фокусники, аромат свіжозмеленої кави, який доноситься із затишних кафе, королівські замки та цегляні укріплення – усе це поєднує в

собі стара Варшава. Не сумніваюся, що в європейських містах є схожі архітектурні візитки, десь, можливо, і кращі, але на той момент для мене не було нічого прекраснішого, ніж можливість опинитися на де-кілька століть раніше.

Важко уявити, що 77 років тому ця частина Варшави була вщент зруйнована німцями. Із 260 – ти існуючих будинків, уціліло лише 6. Поляки вражають швидкістю та максимальною точністю реконструкції міста. Його було відновлено за кресленнями, ескізами, спогадами очевидців та жителів. Завдяки наполегливості та вірі у відродження мешканців, сьогодні Старе Місто щодня гостинно зустрічає безліч туристів з усього світу.



Знайомство зі Старим Містом почалося із Замкової площі. Найвеличніша споруда якої – Королівський замок. Саме там знаходяться каси екскурсійних маршрутів. Прилеглою територією можна прогулятися, але аби зайти в середину доведеться заплатити. Оглянувши представлені фото, вирішили не марнувати час та гроші, адже на повноцінну

історію гіда довелося б витратити де-кілька годин, а ще стільки всього треба встигнути!

Нашу увагу привернув костел Святої Анни, із дзвіниці якого відкривається чудовий краєвид не лише на частину, а майже на всю столицю. Заплативши 37 грн 60 коп. (5 zł), залишається набратися терпіння та подолати 150 гвинтових сходинок. І перед вами відкривається панорама міста. Звідси видно і королівський замок, і прилеглий до нього «палац Під Бляхою», таку дивну назву він отримав через незвичайний дах. Колону Сигізмунда III, саме він у 1596 р переніс резиденцію з Кракова до Варшави. Також це популярне місце серед утомлених туристів завдяки сходам, які ведуть до постаменту. Далі йде проспект Краківського передмістя на якому знаходиться значна частина головних пам'яток. Це і костел Святого Христа, де зберігається серце композитора Фредеріка Шопена, університет, президентський палац, собор Святих Флореана та Мехайла. Сам оглядовий майданчик – чудове місце для фото чи відео.

Оглянувши все згори, виникає бажання швидше заглибитися в цю епоху зсередини. Прогулянка продовжується Ринковою площею. Чотири частини якої названі на честь видатних людей. На кожному кроці – кав'ярні, ресторани та вуличні митці. Є два музеї – історичний та літературний ім. Адама Міцкевича. І звісно ж символ



Варшави – Русалка. Звертаючись до легенди, Сирена була покровителькою та захисницею мешканців, які полюбили її через заворожуючий спів. Пройшовши далі потрапляєш неначе в середньовіччя, адже шлях пролягає через барбакан – укріплення, що оточувало Варшаву. Із нього відкривається вигляд на Нове Місто.

Якщо втомилися, до ваших послуг кінна карета, яка курсує вуличками.



Але ми вирішуємо продовжити маршрут пішки, тим паче усі дороги ведуть до центральної площі. Ще однією цікавинкою якої є музичні лавки присвячені Фредеріку Шопену. На них можна не тільки перепочити, але й послухати його музику, натиснувши для цього спеціальну кнопку.



Після довготривалої прогулянки, єдине, що хотілося – зігрітися, відпочити та перекусити. Тож ми знайшли нереально затишне двоповерхове «Green Cafe Nero» по вул. Краківського Передмістя, 81, недалеко від Королівського замку. Приглушене світло, книжкові полиці, зручні диванчики з

м'якими подушками, смачна кава та свіжа випічка.



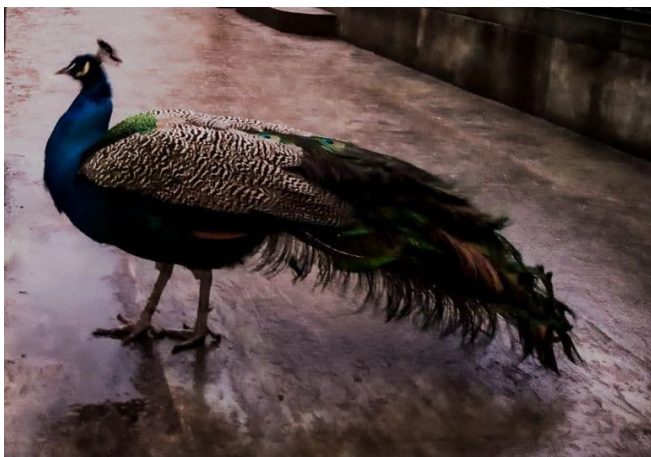


Вийшли з кав'ярні, надворі вже звечоріло. Перед нами постало зовсім інше Старе Місто. Новорічні вогні, прикрашені ялинки, ліхтарики, святкові малюнки, які проєктуються на стінах будинків, подарунки велетенських розмірів, фото – зони – усе, чого не помічали вдень, заграло яскравими барвами. На Ринковій площі відкрили невеличку ковзанку, прикрашену гірляндами. Навіть насипали малесеньку гірку завезеного невідомо звідки снігу, на радість малечі. А недалеко від Колони Сигізмунда почав працювати щорічний ярмарок, де на ваших очах приготують національні страви та солодощі, власноруч зроблять мило будь-якої форми, коваль виготовить ніж на замовлення, а інсталяції допоможуть з фото на пам'ять. І як не дивно, але скрізь українці, росіяни, німці, китайці... і так мало поляків. А все тому, що вихідні дня для них важливіше провести вдома в родинному колі.

Після такого насиченого дня, відчуваєш себе втомленим, але страшенно щасливим.

День третій

Не зважаючи на те, що до похмурої погоди приєднався ще й сильний вітер, ми пішки (від нашого помешкання це всього 15 хв) відправляємося за новими емоціями.



Королівські Лазенки – це не просто найкрасивіший палацово-парковий комплекс у столиці. Це 76 гектарів мальовничих алейок, каналів, водойомів, старовинних скульптур та величних будівель. А заправляє всім цим царством – павич. Якого не можливо оминати чи не помітити,

адже поводить він себе, як справжній господар, розгулюючи де заманеться, не звертаючи уваги на відвідувачів.

Збираючись на прогулянку парком, раджу прихопити горішки для білочок. Вхід на територію необмежений, а якщо захочете відвідати палаци зсередини, доведеться заплатити. Тому краще приходити в четвер – у цей день виставки та музеї у вільному доступі.

Комплекс дійсно облаштований для відпочинку. Лавки на кожному кроці, безкоштовні шезлонги, дозволено сидіти на газонах (звісно якщо приїхати не в грудні). Повітря свіже, водойми чисті з великою кількістю птахів. Тільки уявіть, стежки та будинки розташовані так, як 300 років тому. Під час реконструкції було повністю збережено початкову структуру.





Дуже атмосферно поблизу Палацу на воді, побудованого у вигляді ермітажу. Розташований на штучному острові, який поділяє довгу річку на дві частини: меншу північну, та більшу південну. Обов'язково огляньте, як фронтальну сторону (узимку там стоїть ялинка, а мости, які з'єднують береги, прикрашені вогниками), так і

торець будинку.



Яким би чудовим не був палац, найбільше враження на мене справив амфітеатр. На жаль, він уже не функціонує, але посидіти там пофантазувати, як усе було багато років тому, досить цікаво. Трибуни знаходяться на березі озера, відділені від сцени протокою, завдяки чому, під час вистав, використовували човен.

Вашої уваги потребують і Білий будиночок, у якому король приймав своїх коханок. Мишлевицький палац, збудований у класичному стилі. Стара оранжерея в формі підкови. Нова оранжерея із зимовим садом. Водозбір, створений за подобою Мавзолея. Пам'ятник Фредеріку Шопену, поруч із яким

у теплий сезон проходять безкоштовні музичні вечори, присвячені творчості композитора.

Направляючись до виходу, натрапляєш на будівлю Бельведерського палацу та казарми юнкерів.



Мені пощастило потрапити до Королівських Лазенок на свята. Із настанням сутінок можна милуватися новорічною ілюмінацією. Вона являє собою образи в історичних костюмах, прикрашені різнокольоровими лампочками. Окрім цього, заворожуючим блиском манить до себе прогулянка аля з декоративно освітленим навісом. Чудове завершення дня.

День четвертий

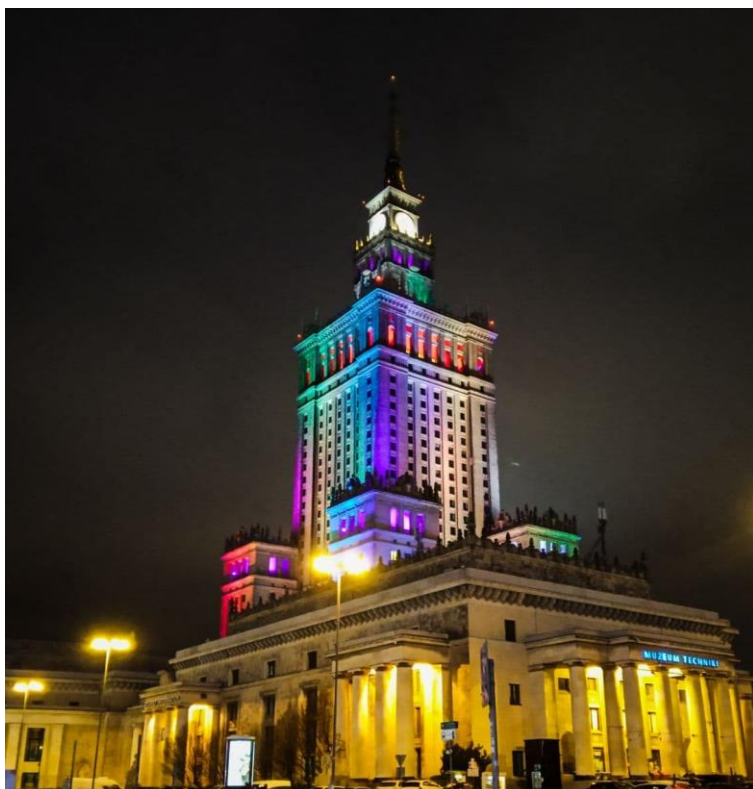
За вікном та сама незвідана Варшава. Знайомство з якою продовжується центральними вулицями міста. Нарешті до них дійшла черга.

Шлях до місця призначення пролягав через площу Пілсудського, де знаходиться монумент, що являє собою гранітну конструкцію зі сходами в нікуди. Першою реакцією на яку були жарти про мою кар'єрну драбину. Смішно, доки не заглиблюєшся в історію. Насправді, це пам'ятник жертвам смоленської авіакатастрофи, у якій загинуло 96 осіб, серед них і президент Польщі Лех Качинський. Сходи символізують трап літака, що йде у небо, у вічність.

Відходячи від сумної теми, беремо курс на центральні вулиці. Суцільний вулик: місцеві, які постійно кудись поспішають, розгублені туристи з

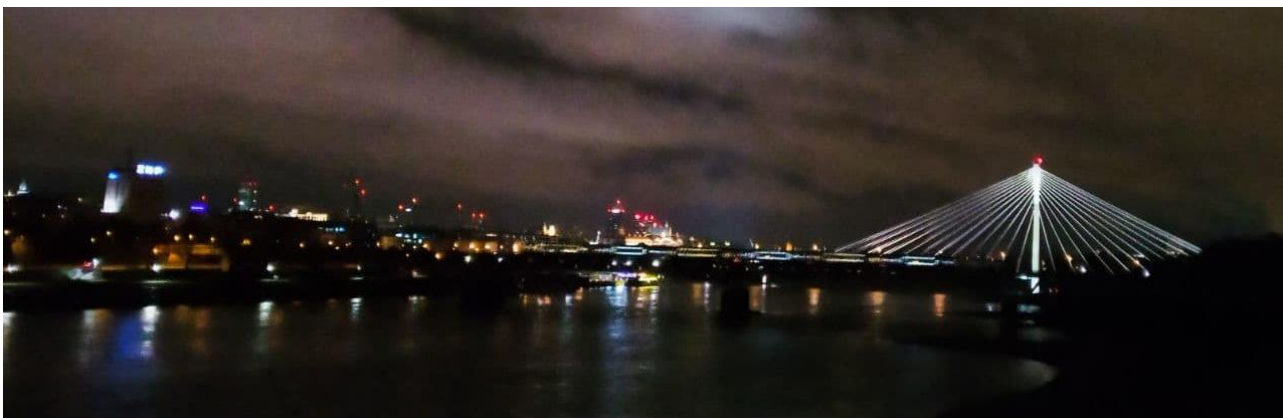
масивними валізами (поруч знаходиться Центральний Залізничний Вокзал), безліч бутиків, ресторанів та готелів.

Серед усього хаосу височить сорокатриповерхова велична будівля – готель «Marriott», де у свій час зупинялися Майкл Джексон та Барак Обама. Найдешевший номер вам обійдеться приблизно в 3000 грн за добу. Із переваг – швидкий доступ до торгових центрів, ресторанів, розваг та найтуристичніших місць, а також – неперевершений краєвид із вікна.



Через дорогу від офісно-готельного комплексу розташований Палац культури та науки – найвищий хмарочос у Польщі. Це орієнтир для усіх туристів, адже його видно майже з кожного куточка центральної Варшави. Усередині знаходяться офіси, державні установи, кінотеатри, театри, магазини, наукові органи і навіть університети та музеї. Варшав'яни дають йому

різні назви, серед яких Шприц Сталіна та Російський Весільний Торт (адже збудований під керівництвом радянського архітектора, а його початкова назва – Палац культури і науки ім. Йосипа Сталіна). Але родзинкою споруди є оглядовий майданчик, розташований на 30-му поверсі, із нього відкривається найкращий вигляд міста. Втопившись від залюднених проспектів, вирішили піти туди, де реально перехоплює дух і не лише від краси, а й від жахливого вітру та гулу машин – Свентокшинський міст.



Симетрично розташовані сталеві канатні підвіси, чарівна нічна ілюмінація і 477 метрів у довжину роблять його чи не наймальовничішим куточком Варшави. Це чудове місце для вечірньої прогулянки, яке я щиро раджу відвідати.



Звідти гарно видно національний Стадіон Війська Польського, який підсвічується вночі. Продовживши свою прогулянку, ми підійшли до нього зблизька (вул Лазенковська 3). Що можу сказати? Нічого особливого, нічим не кращий від нашого Олімпійського. Тож, якщо ви звісно не футбольний фанат, подивитися на нього здалеку, буде цілком достатньо.

З іншого боку, дорога пролягає поблизу Вісли, де розташовані зони для відпочинку та невеличкі пляжі з прокатом човнів. Проте погодні умови в грудні не зовсім сприятливі для привалу на березі річки, тому ця частина столиці поки що залишається незвіданою для мене.

Дорогою додому (а це вже була доволі пізня година) забігаємо до «Жабки». Мережа магазинів, які знаходяться, майже в кожному кварталі. Зручні графіком роботи (з 6:00 до 23:00), працюють без вихідних та на свята,

коли більшість інших крамниць зачинені. В асортименті переважно страви швидкого приготування, консервація, чай, кава, молочні та м'ясні продукти, снеки, напої, випічка, солодощі і т. д. Ціни досить прийнятні, наприклад, пляшку мінеральної води (1 л) можна придбати за 12 грн (1.60 zł), а з'їсти хот-дог за 45 грн (6 zł). Так як я не довіряю фаст – фудам, навіть європейським, купили собі «лате» і попрямували далі тихими, пустими, гарно освітленими вулицями.

День п'ятий

Проводити різноманітні досліди, брати участь в експериментах, пролітати між зорями планетарію та відчувати себе дитиною – це мав бути найзахопливіший день мого перебування у Варшаві. Але щось пішло не так, до того ж із самого початку.

Захопливі пригоди почалися з того, що ми пропустили зупинку, на якій мали вийти. Опинилися поблизу Вісли, де окрім проїзної частини та вузьких тротуарів немає жодного затишку. Простоявши з пів години посеред вулиці на сильному вітрі, зрозуміли, що сенсу чекати на маршрутне таксі немає. Сьогодні, окрім того, що вихідний, так ще й святковий день, тому транспорт ходить набагато гірше, ніж по буднях. Пішки дісталися до першої локації, і хто б міг подумати – марно!

Потрапити сподівалися до Бібліотеки Варшавського університету, точніше не до самої бібліотеки, а на її дах, де розкинувся справжнісінький сад. Він один із найбільших та найпрекрасніших у Європі. Площа озеленення складає понад 10 тисяч метрів квадратних. Золота, срібна, фіолетова, зелена частини саду, ставок із рибою, штучний камінь із невеликим фонтаном, качки на березі струмка та лабіринти доріжок із зонами відпочинку – усім можна безкоштовно насолоджуватися в теплий сезон. Як з'ясувалося, узимку дах закритий для відвідувачів.

Добре, що основну ставку ми зробили на інше місце. Але все вийшло точнісінько як у мемі «очікування та реальність». Розраховували потрапити до Центру Науки «Коперник». Стільки цікавого прочитали про нього. Понад 450 інтерактивних експонатів, за допомогою яких можна самостійно проводити різноманітні експерименти. Створити власний портрет із рухомих бульбашок, побудувати магнітний міст, випробувати можливості свого тіла, потрапити на роботизовану виставу, побачити образи зоряного неба, перевірити когось на детекторі брехні та багато іншого. А по факту – відсутність квитків на цей і наступні дні, величезний натовп туристів, переповнені роздягальні, черги до самого виходу, навіть до туалету не пустили.

Після тотальної поразки, опрацювала відгуки туристів, і от, що взяла на озброєння для наступної спроби. Перше і найголовніше – квитки купувати онлайн і заздалегідь на конкретну дату й час. Приходити бажано зранку або по обіді, адже на повноцінну екскурсію центром знадобиться 3-5 годин. Не суватися у святкові та вихідні дні. Тоді будівля переповнена відвідувачами і доведеться стояти в черзі до кожного експонату. Брати перекус із собою. На території є кафе з солодощами, проте нормально поїсти ви не зможете.

Такий облом вийшов, через необізнаність, ну нічого, ми не горді, повернемося наступного разу, але вже у всеозброєнні.

Запасного плану ми не мали, тому нічого не залишилося, як повернутися до Старого Міста, гуляти вуличками, зігріваючись у місцевих кав'ярнях.

День шостий

Мій шостий день у Варшаві. Майже біля кожного туристичного місця можна поставити галочку. Хоч і з невеликим запізненням, сьогодні ідемо святкувати Різдво з одногрупниками Артема. Вони українці, тому не думаю, що вам буде цікаво читати про ігри в «крокодила» та «мафію» на підпитку. Краще розповім, як поляки проводять цей день та яких традицій дотримуються.

До речі, цього дня вперше скористалися метро. Воно одне з наймолодших у Європі (1995 – рік відкриття станції). Зараз містом курсує усього дві лінії. Одну з яких перетнути можна за 30 – 40 хвилин, а іншу за 15. Квитки діють ті, що й для наземного транспорту (про них я вже згадувала раніше). Це зручний та швидкий спосіб пересування. Вагони ніколи не переповнені, навіть у час – пік. Усередині все нове, комфортне та чисте. А найголовніше – чудова шумоізоляція у порівнянні з київським.

Повертаючись до теми Різдва, варто зазначити, що для поляків це одне з найважливіших та урочистих свят. Наступає воно 25 – го грудня, на відміну від українського, яке звикли зустрічати 7 – го січня.

Святкуванню Різдва передує Святвечір (Wigilia). 24 – те грудня – дата останньої підготовки урочистого столу, подарунків та прикрашання помешкання. У цей день зачинені майже всі магазини, торгівельні центри, ресторани та державні установи. На вулицях рідко можна зустріти варшав'ян.

Кого з поляків не запитай, кожен відповість вам, що Різдво – сімейне свято й зустрічати його потрібно тільки в родинному колі. Обов'язково із гарним настроєм, світлими думками та душевним спокоєм.

Як і у християнських обрядах, за вечерю слід братися після того, як на небі з'явиться перша зірка.

Існують дві традиції, яких дотримуються всі поляки.

Перша – різдвяний оплaтек – невелика тоненька пластинка з білого прісного тіста, котру члени сім'ї ділять перед початком вечері, промовляючи побажання. Це символ прощення, любові, миру та дружби.

Другий важливий обряд – момент накриття святкового столу. Господиня ставить посуд не тільки для запрошених, а й залишає зайву пусту тарілку для неочікуваного гостя, який не повинен залишатися на самоті в такий особливий день. Згідно з польською традицією, хто б не прийшов у дім у Святвечір, займе це місце та буде прийнятий за свого. Запитавши в декількох мешканців,

дізналася, що ще ніколи ніхто не турбував їх, але все ж таки і цього року будуть ставити додатковий столовий прибор.

У Польщі, як і в Україні, можна зустріти колядників на Святвечір та впродовж усіх різдвяних свят.

Як не дивно, але більшість польських родин намагаються провести святкові вихідні не вживаючи міцних напоїв. Тому, якщо вас запросили в гості в ці дні, пляшка алкоголю – не найкраща ідея для подарунку, адже не всі будуть раді його отримати.

А от Новому Року, який для більшості українців є культом, поляки не приділяють такої уваги. Для них це звичайний святковий день, коли вночі можна випити келих шампанського. Молодше покоління іде на вечірки, зустрічається з друзями, тоді як старше – залишається вдома та відпочиває.

Декілька порад для тих, хто вирішив відвідати Польщу на Різдво. Аби перейнятися атмосферою свята, відвідати ярмарки, фестивалі та прогулятися яскраво прикрашеними вулицями, слід їхати не пізніше, ніж за декілька днів до Святвечора. Адже більшість новорічного декору приберуть через декілька днів після Різдва. Не все доживе навіть до Нового року. І ще одне – встигнути закупитися подарунками, продуктами та випивкою необхідно до вечора 23 – го грудня. Останній шанс щось придбати – ранок 24 – го, якщо пощастить знайти відчинений супермаркет. Ми особисто стали свідками, коли 24 – го о 13.00 в торговельному центрі ввімкнули сирену, яка сповіщала про його зачинення.

Моя вам порада, перед тим, як їхати на свята до іншої країни, хоч трохи ознайомтеся з традиціями та порядками в ній. Бо іноді навіть дати можуть відрізнитися від звичних для нас.

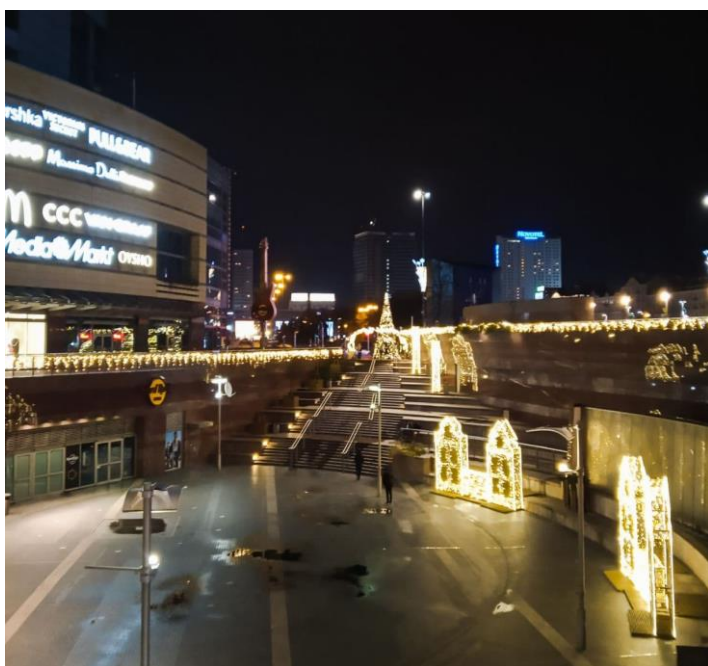
День сьомий

Як будь-який поважаючий себе турист, не можу поїхати додому з пустими руками. Тому останній день подорожі присвячуємо шопінгу.

У Варшаві з цим проблем не виникне. Вона спокушає різноманіттям магазинів, сувенірних та ремісничих лавок, дизайнерських бутиків, універмагів, торгових центрів, крупних гіпермаркетів та ринків. До речі, Польща – одна з європейських країн з найнижчими цінами.

За одягом і взуттям слід їхати в місцеві торгові центри – усі вони дуже схожі один на одного як за асортиментом, так і за цінами, тож сміливо вибирайте зручніший для вас за географічним розташуванням.

Я саме вчасно опинилася у Варшаві. Розпродажі в Польщі проходять за стандартним європейським розкладом. Зимовий сезон знижок стартує перед католицьким Різдвам і закінчується в середині-кінці лютого. Найщедріші можна застати одразу після Нового року. Літній же починається в липні й продовжується майже до вересня.



Свій вибір зупинила на торговому центрі, розташованому в самому серці Варшави – «Золоті тераси». Де-кілька років тому ця будівля отримала нагороду на Канському архітектурному фестивалі як найкращий комерційний проєкт у світі.

Торговий центр увесь у вогнях. Відчувається атмосфера новорічних свят. Біля головного входу - велика ялинка та яскраві фото – зони. Кожен поверх прикрашено гірляндами та різдвяним декором. Виглядає усе як то кажуть «по – багатому».



На нульовому поверсі представлені бренди середнього та високого класу, а також косметичні магазини. Вище – ціни та марки демократичніші. Усього нараховується більше 200 бутиків. Серед них Deni Cler, Esprit, Hugo Boss, H&M, Next, Oysho, Massimo Dutti, Guess, Aldo, Deichmann, Stradivarius і т.д.

Фудкорт знаходиться на останньому поверсі, звідти відкривається чудовий вигляд міста – через частково скляний, хвилеподібний дах.

Зручні додаткові сервіси: гардеробна (-1-й поверх, платна), дитяча ігрова кімната (3-й поверх, приблизно 145 грн (20 zł) за годину), станція заряду мобільних телефонів, але не звичайна, необхідно буде крутити педалі (2-й поверх), пункт обміну валют (нульовий поверх).

Наша головна помилка – прийти ввечері вихідного, коли будівля переповнена відвідувачами. Хоча, у сезон розпродажу по – іншому, напевно, не буде. Особливо запам’ятався момент у магазині Вікторії Сікрет. Коли чоловіки, тримаючи сумочки та пальта, стоять попід стіночкою, даки їх жінки майже не б’ються за білизну з 50-ти відсотковою знижкою. Картина не для слабких нервів, але на що не підеш заради краси. Відчуття, неначе ти не в солідному бутику, а в секонд – хенді в день привозу. Тому, раджу відвідувати подібні місця в першій половині дня по буднях.

Шопінг, звісно, справа благородна, але від нього я швидко втомлююсь, а за Артема взагалі мовчу. На сьогодні з нас досить, тим паче час пакувати валізи.

Цього разу до вокзалу дісталися без проблем. Хвилювалися лише аби приїхати вчасно. А по факту – спізнився перевізник. Квиток до Києва від компанії «Терновояж», який обійшовся в 731 грн, я замовила, сплатила та роздрукувала ще вдома.

Якщо їхати до Варшави на свята на визначений термін, необхідно купувати квитки заздалегідь. В іншому випадку ризикуєте залишитися взагалі без них або ж придбати в три рази дорожчі.

Варшаву вважають «сірою мишкою» серед європейських столиць. Вона не розпечена туристами. А от і дарма. У неї в запасі багато сюрпризів. І для бідного студента, і для поціновувача розкоші, і для відчайдушного романтика, і навіть для фаната гострих відчуттів.

Перейдемо до найцікавішого на мій погляд запитання: скільки ж було витрачено на тижневий відпочинок?

Дорога. Квитки у дві сторони обійшлися в 1109 грн. Дешевші вони будуть, якщо їхати не на свята. Але повірте, зекономивши на цьому ви втратите більше.

Громадський транспорт. Два триденні квитки – 542 грн, і два одноразові по 20 хвилин – 51 грн.

Житло. Мені аренда кімнати обійшлася в 1000 грн через те, що Артем товаришує з власником і той зробив знижку. Якщо сплачувати повну вартість це приблизно – 1575 грн за тиждень (225 грн за добу – 30 zł).

Їжа. Не економивши на смачній каві, солодощах та обідах, проте вечеряючи вдома я витратила трохи більше 1000 грн.

Розваги та шопінг. Скільки захочете та зможете собі дозволити. Особисто я витратила зовсім мало. Усе залежить від цілі вашої поїздки. Моя – насолодитися новорічною європейською столицею, перейнятися колоритом міста та відчути атмосферу свята.

Загалом у мене пішло приблизно 4500 грн. Але до цієї суми не входять такі витрати, як подарунки, сувеніри рідним та шопінг. Ці речі суто індивідуальні, тому не бучу сенсу враховувати їх до загальних. У кожного свої потреби.

Тож, підіб'ємо підсумки подорожі:

1. Якщо ви запитаете дорогу і вам порадять іти «prosto», запам'ятайте, що маєте рухатися не «просто», а «прямо»(саме так це слово перекладається з польської).

2. Якщо на вході буде написано «rikaś» (пукач), у жодному разі не робіть те, про що подумали, краще постукайте.

3. Порушувати правила громадського порядку – не найкраща ідея. На перший раз можете відбутися попередженням, але якщо затримують удруге – доведеться сплатити штраф вражаючого розміру.

4. Купувати квитки, не витрачаючи часу на черги, краще онлайн.

5. Зручно користуватися Google Maps. У Варшаві громадський транспорт ходить точно за розкладом, тому завжди можна подивитися, коли автобус чи трамвай буде на потрібній зупинці.

6. Краще купувати злоті в Україні. Якщо ж доведеться скористатися обмінними пунктами вже по приїзду, не варто робити цього на вокзалі чи в аеропорту. Якнайдалі звідти, тим вигідніший курс.

7. Купуючи товари на ринку, необхідно торгуватися з місцевими продавцями.

Варшава – місто, яке здатне змінити світосприйняття, внутрішній стан, відкрити нові горизонти та погляди на життя.

ВИСНОВКИ

Виконання поставлених у кваліфікаційні роботі завдань дозволило дійти таких висновків.

1. Лонгрід – це новітній формат подання інформації в мас-медіа, який поєднує вербальний та візуальний контент в оригінальному дизайні. Його зміст може поєднувати в собі різні жанрові традиції журналістики, але у своїй основі він має цікаву мультимедійну розповідь великого розміру, розраховану на перегляд передовсім з гаджетів із сенсорними дисплеями. У сучасному медіапросторі поняття лонгрід сприймається як вдалий спосіб логічно, послідовно та структуровано подати існуючий потік інформації разом із різними формами візуалізації, веб – дизайну та психологічних прийомів для утримання уваги читача, шляхом сприяння легшому засвоєнню ним побаченого.

2. З метою визначення специфічних рис лонгрідів у сучасних мас-медіа нами проаналізовано контент «Телевізійної служби новин», «УНІАН», «Нового Время». У постійній рубриці «Спецпроекти» (ТСН) кожен із опублікованих матеріалів подається у форматі лонгріду. Ці матеріали відзначаються чіткою графікою, яскравим візуалом, нестандартним авторським підходом та використанням сучасних веб – можливостей. У період із січня до середини квітня опубліковано три лонгріди: комерційний, портретний та аналітичний – зі зручною навігацією. У рубриці «Лонгріди» (УНІАН) публікуються довгі, змістовні матеріали, що супроводжуються фото, відео та аудіо файлами. Мають гарний візуал та цікаве оформлення переходів при скролінгу. За аналізований період вийшло два аналітичні лонгріди та один комерційний. У рубриці «Лонгріди» «Новое Время» з 1 січня до 10 квітня опубліковано 120 матеріалів. Проте не всі із них відповідають формату лонгріду, є мультимедійними історіями, що супроводжуються зображеннями.

З урахуванням теоретичних положень щодо специфіки контенту лонґрїду та технїчних і технологїчних вимог до його пїдготовки ми створили власний інформаційний продукт – лонґрїд «До Польщі не на заробїтки. Святкуємо Рїздво у Варшавї» на платформу Tilda Publishing. Вибїр цїєї платформи зумовлений тим, що вона має гарний набїр модулїв для конструювання сторїнки та достатню кїлькїсть шаблонїв для налаштувань, а також можлива їнтеґрація з їншими сайтами.

Авторська їдея запропонованого матерїалу полягала в тому, щоб за допомогою сучасної форми подання подорожнього нарису ознайомити читацьку аудиторїю їз культурою і традицїями полякїв, можливостями і викликами відпочинку у Варшавї. Сюжетна охоплює сїм днїв перебування в Польщі. У кожному з них згадуються вїдвїданї куточки мїста та цїкаві факти з життя його мешканцїв. У лонґрїдї використано фото та вїдео автора інформаційного проекту.

Загальний обсяг інформаційного проекту становить 28 811 знакїв, що вїдповїдає 0,72 авторського аркушу.

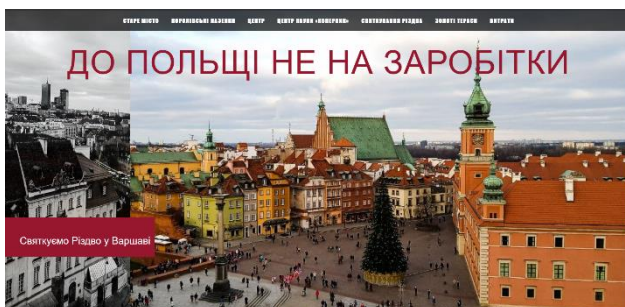
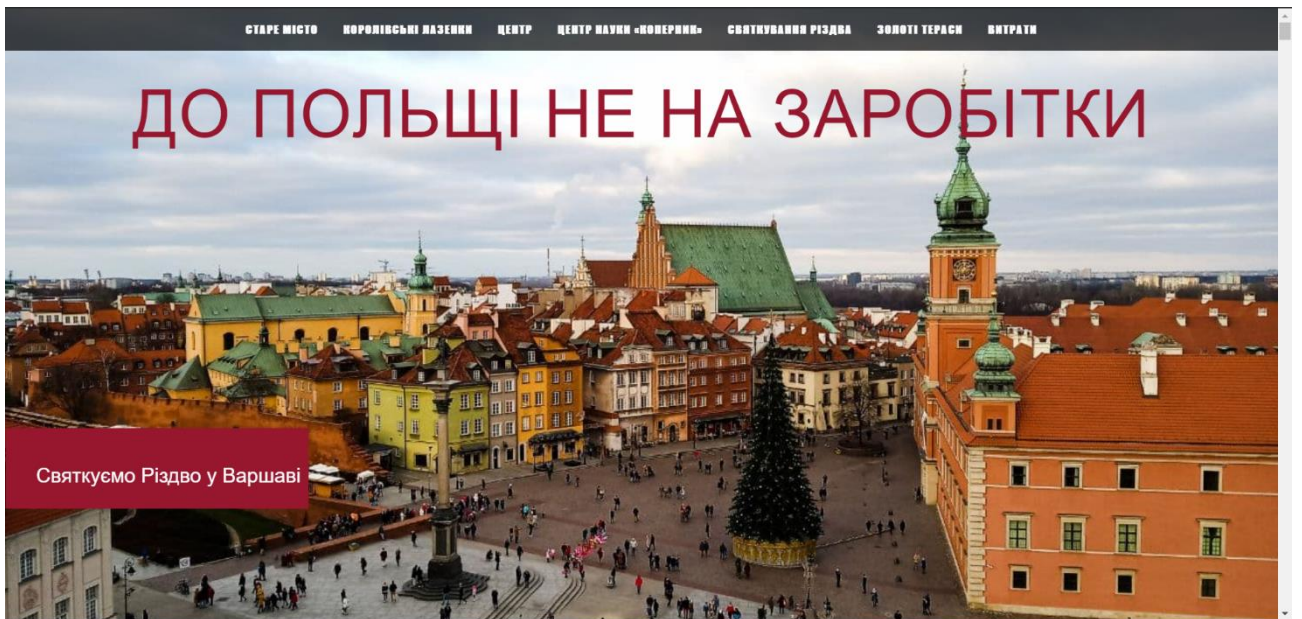
Лонґрїд розмїщено за посиланням: <http://longriddypnov.tilda.ws/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Обкладинка на першому екрані лонґриду з фото м. Варшава район Старого Міста на фоні. Під час наведення на яку поступово з'являються ще 5 чорно – білих світлин із цього ж місця. У верхньому полі розташоване закріплене меню навігації.

Посилання: <http://longriddypnov.tilda.ws/>



Додаток Б

Скрін із двох відео, які розміщено в лонгріді. Встановлені з автоматичним відтворенням та аудіосупроводом. Над меню можна побачити смугу прокрутки.

Посилання:

1. <https://www.youtube.com/watch?v=7Minzmo0Xe0>
2. https://www.youtube.com/watch?v=IMqJ_6JwoJA

