

## КОНТЕНТ-АНАЛІЗ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПРОЕКТІВ НОВИННОГО ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСУ «НОВОЕ ВРЕМЯ»

У статті схарактеризовано науково-теоретичні засади дослідження онлайн-сторителінгу як нового формату інтернет-журналістики. Зосереджено увагу на засобах візуального й аудіовізуального контенту в лонгридах і лендингидах. Поняття «лендингрид» витлумачене як новий технологічно модифікований медіа-текст, що постав унаслідок синтезу двох мультимедійних форматів – лонгриду й лендингу. Проаналізовано явище синтезованих мультимедійних проектів, описано потенціал інноваційного синкретичного формату представлення інформації. За допомогою методу контент-аналізу вивчено структурні елементи мультимедійних історій, представлених на інтернет-ресурсі «Новое Время». Зазначено, що мультимедійний сторителінг цілком задовольняє потреби аудиторії, оскільки подає інформаційний продукт в онлайн-режимі за допомогою різних технологічних каналів.

**Ключові слова:** мультимедійна історія, лонгрид, лендинг, лендингрид, онлайн-сторителінг, інтернет-ресурс, формат, контент-аналіз.

### I. Вступ

Завдяки розвитку нових технологій журналісти отримують більше можливостей висловлювати свої думки, створювати нові веб-продукти, які здивують і зацікавлять інтернет-користувача. Над контентом онлайн-видань працюють цілі команди – конвергентні редакції, які синтезують різноформатно представлену інформацію (текст, фото, відео, аудіо) у єдиний мультимедійний продукт. Такі публікації дедалі частіше з'являються на сторінках найвідоміших засобів масової інформації. У журналістиці вони отримали загальну назву «мультимедійні проекти». Для дослідників інтернет-ЗМІ це вершина діяльності конвергентної редакції, її еталонний продукт [1].

Процеси переходу до мультимедійних платформ, які виводять візуалізацію контенту на новий рівень, зумовлені структурними змінами медіа-сфери. У сучасному медійному просторі на першому місці постає креолізація тексту (поєднання вербальних і невербальних, зображальних засобів передавання інформації в текст змішаного типу) [2]. Об'єднуючись у єдиний семантико-функційний потік інформації, тексти дають змогу комплексно впливати на читача. Формами візуалізації є графічні символи, інфографіка, фотографії, малюнки й типографіка, що постають ідентифікаторами видання. Малюнки деталізують проблеми, акцентують увагу на авторському баченні теми, розповідають паралельну до тексту історію. Інфографіка ілюструє дані, складні для розуміння, а фотографії дають змогу стати учасником події, зробити власні висновки з того, що відбувається. Шриффт своїми графічними характеристиками допомагає читачам сприйняти текст [3].

*Візуалізація інформації* – це інтерактивне вивчення візуального представлення абстрактних даних для посилення людського пізнання; це процес побудови графічного образу даних, що допомагає в процесі загального аналізу побачити аномалії, структурувати матеріал, унаочнити його, створити умови для візуального спостереження [4].

Новим форматом візуалізації текстової інформації в усесвітній мережі слугує *лонгрид* (від англ. «longread» – довге читання – великий за обсягом матеріал, довга веб-сторінка). Термін «лонгрид» походить з американських медіа, цим словом спочатку позначали великі текстові матеріали на сайтах. Для їх читання часу потрібно більше, ніж на читання замітки. Пізніше лонгридом стали називати не просто довгі статті, а історії, репрезентовані за допомогою великого тексту з укріпленнями фоторепортажу, відеосюжетів та інфографіки [5]. Крім поширеної номінації «лонгрид», часто використовують і назву «довгий текст» (від англ. – long forms) або термін «сторителінг» (від англ. – storytelling) [6].

Дослідниця А. Сумська пропонує новий технологічно модифікований текст, номінований як «лендингрид» (від англ. «landing read» – посадкове читання), мета якого – підвищити якість аудіовізуальних комунікацій, швидкість інтерактивної маркетингової взаємодії [7]. Модерний формат мультимедійного тексту розроблений кафедрою режисури, кіно й телебачення Челябінського державного інституту культури та передбачає презентацію можливостей кафедри щодо підготовки запотребованих медіа-галуззю спеціалістів, формування в користувачів бажання отримати більше корисної інформації.

*Лендингерид* постав унаслідок синтезу двох мультимедійних форматів – *лонгериду* й *лендингу* – і є новим технологічно модифікованим текстом, мета якого – підвищити якість аудіовізуальних комунікацій, пришвидшити інтерактивну маркетингову взаємодію [7].

*Лендинг*, або *лендинг пейдж* (від англ. «*landing page*» – посадкова сторінка) – це цільова веб-сторінка, що містить інформацію про послугу чи про товар, основним завданням якої є спонукання клієнта до дії (підписування, замовлення чи придбання) [8]. Лендинг пейдж придумали американські інтернет-маркетологи приблизно 10 років тому через жорстку боротьбу на ринку.

Аналіз наукової літератури засвідчує, що проблему зародження, упровадження й функціонування в мережі нових текстових форматів аналізували такі українські та зарубіжні дослідники, як Л. Василик [9], О. Золотухін і Ю. Мажаріна [10]. У їхніх працях описано процеси формування мультимедійної журналістики. Структурні елементи мультимедійних історій проаналізовано в працях О. Колесниченка [6], М. Лукіної [1]. Жанроутворювальні ознаки журналістських текстів схарактеризовані в працях Г. Лазутіної [11].

## II. Постановка завдання та методи

Мета статті полягає у вивченні мультимедійних проектів через контент-аналіз структурних елементів: візуальних, текстових, графічних, аудіовізуальних. Досягненню задекларованої мети сприятиме реалізація таких завдань: дослідити сучасний стан теоретичних напрацювань із проблеми функціонування нових медіа-форматів; схарактеризувати особливості продукування лонгридів, узагальнити результати контент-аналізу; проаналізувати специфіку використання аудіовізуальних засобів у синтезованих мультимедійних проектах.

У процесі наукового пошуку використано такі загальнонаукові методи: *аналіз і систематизація наукових напрацювань* у галузі соціальних комунікацій – для теоретичного вивчення й обґрунтування сутності інформаційних продуктів; *описовий* – для комплексної характеристики особливостей мультимедійних форматів; *контент-аналіз* – для з'ясування методології дослідження лонгриду та лендингу; *метод узагальнення*, за допомогою якого зроблено висновки про різновиди мультимедійних інформаційних продуктів.

## III. Результати

Контент мультимедійної історії потрактований як оформлення інформації одночасно у вигляді тексту, звуку, зорових образів або об'єднання мультимедійних даних. У цьому форматі можуть публікувати лайфові історії, нариси, інтерв'ю. Якщо провести аналогію з телевізійними жанрами, то лонгрид тотожний спеціальному репортажу.

Мультимедійна історія може містити такі складники: текст із гіперпосиланнями, аудіо, відео, фото, слайд-шоу, інфографіку, карикатури, інтерактивні форми (голосування, коментарі, рейтинги). Їх зручно класифікувати на *первинні* та *вторинні компоненти*. До первинних належить текст із покликаннями на інші ресурси, фото, відео або аудіо. Без цього не може обійтися жоден матеріал. Якщо в традиційному жанрі замітки текст виконує основну роль, то в мультимедійній замітці це не завжди так. Основну інформацію може містити картинка, фоторяд, а текст – виконувати роль коментарю, уточнення, заголовка тощо. Єдиних правил продукування мультимедійних історій немає, тому сайти по-своєму уявляють сторителінг, акцентуючи на різних його компонентах. Отже, лонгрид розкриває тему за допомогою тексту, відео, звуку, інфографіки та поєднання цих компонентів у будь-яких пропорціях [12].

Для вивчення особливостей створення мультимедійних історій, точності та об'єктивності їх аналізу в процесі дослідження використано контент-аналіз, спрямований на виконання низки завдань: з'ясування кількісних характеристик лонгриду; виявлення частотності використання окремих елементів; визначення рівня комунікаційної продуктивності відібраних мультимедійних проектів.

*Контент-аналіз* – це дослідницька техніка для об'єктивного, системного, кількісного опису й аналізу змісту письмової, усної чи зображальної комунікації. Найбільш узагальнено процес контент-аналізу схарактеризували А. Алексєєв і В. Дудченко, зазначивши, що це комплекс дослідницьких дій, який охоплює ланцюжок від формування об'єкта й формулювання завдань до інтерпретації результатів формалізованого спостереження та статистичних операцій [13, с. 37].

**Категоріями аналізу** були обрані структурні елементи змісту мультимедійних історій, як-от: *автор*; *тип мультимедійної історії*; *жанр*; *структура* (типи й загальна кількість мультимедійних елементів); *оформлення матеріалу* (дизайн, домінуючі кольори, специфіка виділення тексту), *канали сприйняття інформації*.

**Одиницями аналізу** слугували частини змісту лонгридів, де зазначено елементи, що представляють одну або іншу категорію. На підставі аналізу всеукраїнського інформаційного простору з'ясовано, що, за рейтингом сайту «Bigmir.net», інтернет-видання «Новое Время» посідає десяту позицію серед інших ЗМІ. «Новое Время» – інформаційно-новинний інтернет-ресурс. Сайт *tv.ua* запущений у червні 2014 р. й представлений двома мовними версіями: українською та російською. Видання опублікувало понад 300 лонгридів. Саме тому **об'єктом контент-аналізу** ми обрали 10 мультимедійних історій: п'ять лонгридів та п'ять лендингридів, репрезентованих на інформаційному інтернет-ресурсі «Новое Время» упродовж 2017 р.

Такий спектр мультимедійних історій тематично обґрунтований потребою показати різноманітність та особливості лонгридів усеукраїнських ЗМІ, що містять візуальні та аудіовізуальні засоби: «Головні модні тренди весни 2017» (<http://nv.ua/ukr/project/spring2017.html>), «Каппадокія, або Туди й назад» (<http://nv.ua/ukr/project/triptocappadocia.html>), «З тілом на «ти». Як прийти в спорт і полюбити його назавжди» (<https://nv.ua/ukr/project/kak-polubit-sport-40009563.html>), «Магія, мрії і трохи зірок. Чотири новорічні історії» ([https://nv.ua/ukr/project/mont\\_blanc-40009721.html](https://nv.ua/ukr/project/mont_blanc-40009721.html)), «Українські гірки» (<https://nv.ua/ukr/project/ukrainskie-gorki-40009604.html>).

«Головні модні тренди весни 2017» – розповідь про речі, які стануть невід’ємною частиною жіночого гардеробу у 2017 р. Автор – Вероніка Голубева. Тип мультимедійної історії – html-стаття. Композиційно матеріал складається з 6 розділів: «Соковиті та ніжні відтінки», «Спокуса і легкість», «Квіти та агресивність 80-х», «Розслабленість і об’ємність», «Спортшик і вуличні мотиви», «Комбінезони і тренд 2.0». Оформлено лонгрид у єдиному стилі – білий фон, чорний і білий шрифти, кольорові ілюстрації; чорний та білий шрифти Calibri (11 кегль, напівжирний). Кількість мультимедійних елементів: 6 фотоколлажів, 3 анімовані зображення. Канал сприйняття – зір.

«Каппадокія, або Туди й назад» – розповідь про те, як відвідати один із наймальовничіших регіонів Туреччини, політати на повітряній кулі й водночас познайомитися зі справжньою турецькою столицею. Автор – Катерина Корнієнко. Тип мультимедійної історії – html-стаття. Композиційно лонгрид складається з 8 розділів: «Дістатися до Каппадокії», «Зупинка № 1: Анкара», «Стара, історична частина столиці – район Улус», «Зупинка № 2: Озеро Туз», «Пункт призначення: Каппадокія», «Вперед і вгору», «Що привезти на пам’ять», «Смак Каппадокії». Оформлений лонгрид у єдиному стилі – білий фон, чорний і білий шрифти, кольорові ілюстрації; чорний та білий шрифти «Calibri» (11 кегль, напівжирний). Кількість мультимедійних елементів: 34 фото, 2 гіфки, 3 фотоколлажі, 2 ілюстрації з анімованим зображенням. Канал сприйняття – зір.

«З тілом на «ти». Як прийти в спорт і полюбити його назавжди» – спецпроект НВ і глобальної інтернет-платформи «VEON» під назвою «Більше, ніж месенджер» про сучасні технології, що розширюють можливості спілкування, і про людей, здатних використовувати ці можливості, щоб реалізувати мрії, генерувати ідеї, об’єднувати, надихати, допомагати й робити світ кращим. Проект «LIVE.LOVE» розпочався з флешмобу в соціальних мережах та закохує людей у біг і плавання. Авторство не зазначено. Тип мультимедійної історії – html-стаття. Композиційно матеріал складається з трьох частин: «Історія LIVE.LOVE», «Історія співзасновниці проекту Наталі Ємченко», «Коментарі учасників програми Live.Love». Оформлено лонгрид у єдиному стилі – білий фон, чорний і білий шрифти, кольорові ілюстрації; чорний, білий, сірий та червоний шрифти «Times New Roman» (12 кегль, напівжирний). Кількість мультимедійних елементів: 18 фото, 2 фонові зображення, 1 скрин із соцмережі, 2 відеоролики. Канали сприйняття – зір, слух.

«Українські гірки» – спецпроект НВ «Історія» про 25 років в історії збірної України з футболу: запаморочливі перемоги, прикрі поразки та інші пригоди. Автор – Олександр Пасховер. Тип мультимедійної історії – html-стаття. Композиційно лонгрид складається з трьох розділів: «Народження в муках», «Зміцніли в боях», «Нова висота». Оформлений лонгрид у єдиному стилі – білий фон, чорний і білий шрифти, кольорові ілюстрації; чорний, сірий та білий шрифти «Times New Roman» (12 кегль, напівжирний). Кількість мультимедійних елементів: 4 фонові зображення, 1 фотоколлаж, 1 скрин істричного документа. Канал сприйняття – зір.

«Магія, мрії і трохи зірок. Чотири новорічні історії» – спецпроект «НВ» «MontBlanc». Авторство не зазначено. Тип мультимедійної історії – html-стаття. Композиційно лонгрид складається з трьох розділів: «Історія перша. Мерилін», «Історія друга. Сент-Екзюпері», «Історія третя. JFK». Оформлений лонгрид у єдиному стилі – білий фон, чорний і білий шрифти, кольорові ілюстрації; чорний та білий шрифти «Times New Roman» (12 кегль, напівжирний); текст містить гіперпосилання. Кількість мультимедійних елементів: 1 фото, 3 фонові зображення, 4 фотоколлажі, 1 анімоване зображення. Канал сприйняття – зір.

Для дослідження візуального контенту ми обрали такі лендингри: «Гламурна ракета» (<http://nv.ua/ukr/project/bmw-640.html>), «Північний мачо» (<http://nv.ua/ukr/project/volvo-s90.html>), «Дас іст фантастіш» (<http://nv.ua/ukr/project/mercedes-benz-e200.html>), «Смартфона в житті багато не буває» ([https://nv.ua/ukr/project/huawei\\_mate\\_10-40009654.html](https://nv.ua/ukr/project/huawei_mate_10-40009654.html)), «Сліваючий екран і 4К-реальність» (<https://nv.ua/ukr/project/spivajuchij-ekran-i-4k-realnist-40009764.html>).

«Гламурна ракета» – тест-драйв оновленого «BMW 640d xDrive Gran Coupe». Авторі – Олексій Бондарев, Віталій Карабань, Дмитро Васильєв. Тип мультимедійної історії – html-стаття. Оформлено лендинг у єдиному стилі – білий фон, кольорові ілюстрації; чорний та білий шрифти «Times New Roman» (12 кегль, напівжирний). Кількість мультимедійних елементів: 5 фото, 2 ілюстрації з анімованим зображенням. Канали сприйняття – зір, слух.

«Північний мачо» – огляд автомобіля «Volvo S90». Авторі – Олексій Бондарев, Наталія Кравчук, Дмитро Васильєв. Тип мультимедійної історії – html-стаття. Оформлено історію в єдиному стилі – білий фон, кольорові ілюстрації; чорний та білий шрифти «Times New Roman» (12 кегль, напівжирний). Кількість мультимедійних елементів: 4 фото, 2 ілюстрації з анімованим зображенням. Канал сприйняття – зір.

«Дас іст фантастиш» – тест-драйв оновленого «Mercedes-Benz E-Class». Автори – Олексій Бондарев, Віталь Карабань, Дмитро Васильєв. Тип мультимедійної історії – html-стаття. Оформлено лендингريد у єдиному стилі – білий фон, чорний, сірий і білий шрифти, кольорові ілюстрації; чорний та білий шрифти «Times New Roman» (12 кегль, напівжирний). Кількість мультимедійних елементів: 6 фото, 2 ілюстрації з анімованим зображенням. Канал сприйняття – зір.

«Смартфона в житті багато не буває» – спецпроект сайту під назвою «Huawei» про смартфони, які поєднали безліч необхідних функцій для голосової, текстової та візуальної комунікації. Публікація про одну з моделей «Huawei» із флагманської лінійки «Mate» – новий смартфон «Huawei Mate10lite». Авторство не зазначене. Тип мультимедійної історії – html-стаття. Оформлено лендингريد у єдиному стилі – білий фон, чорний, сірий і білий шрифти, кольорові ілюстрації; чорний та білий шрифти «Times New Roman» (12 кегль, напівжирний). Кількість мультимедійних елементів: 10 фото. Канал сприйняття – зір.

«Співаючий екран і 4K-реальність» – спецпроект сайту під назвою «Sony A1 OLED TV» про продаж на українському ринку новинки від «Sony» – преміального телевізора «Bravia A1» із діагоналлю 77». Авторство не зазначене. Тип мультимедійної історії – html-стаття. Оформлено лендингريد у єдиному стилі – білий фон, чорний і білий шрифти, кольорові ілюстрації; чорний та білий шрифти «Times New Roman» (12 кегль, напівжирний). Кількість мультимедійних елементів: 4 фото, 2 ілюстрації з анімованим зображенням. Канали сприйняття – зір.

Отже, формати «лонгريد» і «лендингريد» мають спільні та відмінні риси. Подібними є їхні технічні характеристики, обсяг тексту, мультимедійні компоненти. Відрізняються аналізовані формати призначенням: лонгريد використовують із пізнавальною метою для повного розкриття обраної теми чи проблеми, а лендингريد створений із комерційною метою, тому охоплює менший обсяг інформації, хоч можливе її удокладнення за умови комунікування з продавцем чи з організатором.

#### IV. Висновки

Підсумовуючи, зазначимо, що в статті зосереджено увагу на засобах візуального та аудіовізуального контенту в мультимедійних проектах. Онлайн-сторителінг цілком задовольняє потреби аудиторії, оскільки подає інформаційний продукт в онлайн-режимі за допомогою різних технологічних каналів. Унаслідок наукового пошуку проаналізовано 10 мультимедійних історій (5 лонгريدів і 5 лендингريدів), репрезентованих на інтернет-ресурсі «Новое Время». За допомогою методу контент-аналізу схарактеризовано структурні елементи представлених мультимедійних історій, зокрема: автор; тип мультимедійної історії, оформлення матеріалу, канали сприйняття інформації. Описано інтерактивні засоби, що вибудовують текстовий матеріал: інфографіка, відеоряд, фотодайджест. З'ясовано, що текст у мультимедійних історіях передає не дуже багато інформації, але потужними є інші елементи (схеми, звуки); фото представляє деталі подій, фіксує їх наочно; звук впливає емоційно, посилює дієвість форми передавання інформації. Перспективу подальших наукових пошуків убачаємо в практичному аспекті (створення власних медіа-продуктів) і в теоретичному вимірі (дослідження маркаційних ознак онлайн-сторителінгу).

#### Список використаної літератури

1. Лукина М. М. Интернет-СМИ : Теория и практика : учеб. пособ. для студ. вузов. Москва : Аспект Пресс, 2010. 350 с.
2. Креолизованный текст: особенности и применение. URL: <http://magictext.org/kryeolizovannyj-tekst-osobennosti-i-primeneniye/>.
3. Шевченко В. Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики. URL: <http://www.mediascope.ru/1654>.
4. Візуалізація інформації. URL: <https://www.slideshare.net/obobko/ss-15090625>.
5. Артамонова І. М. Жанри онлайн-журналістики. *Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского*. 2008. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/UZTNU\\_filol/uch\\_21\\_1fn/artamonova.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/UZTNU_filol/uch_21_1fn/artamonova.pdf).
6. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста : учеб. пособ. Москва : Аспект-пресс, 2013. 400 с.
7. Сумская А. Синтез лонгредида и лендинга – новый формат интерактивного повествования. URL: <http://docplayer.ru/26098273-Sintez-longrida-i-lendinga-novyy-format-interaktivnogo-povestvovaniya.html>.
8. Кашуба А. О. Использование посадочных страниц в Интернете для продвижения образовательных услуг. *Социальные отношения*. 2015. № 3 (14). С. 36–41.
9. Василик Л. Є. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 52. С. 297–300.
10. Золотухин А. А., Мажаріна Ю. Н. Лонгريد, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? *Вестник Воронежского государственного университета*. 2015. № 2. С. 93–96.

11. Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособ. для студ. вузов. Москва : Аспект Пресс, 2011. 320 с.
12. Крессу І., Гузун М., Василик Л. Журналістика даних та візуалізація : підручник із крос-медіа. Bonn / Germany – Sibiu. Romania : Schiller Publishing House, 2015. 144 с.
13. Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе. *Медиа-скоп*. 2015. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1691>.

#### References

1. Lukina, M. M. (2010). *Internet Mass Media: Theory and Practice: a tutorial*. Moscow : Aspect Press (in Russian).
2. Creolized text: features and applications. Retrieved from: <http://magictext.org/kryeolizovannyj-tekst-osobennosti-i-primenenie/> (in Russian).
3. Shevcheko, V. E. Visual content as a trend of modern journalism. Retrieved from: <http://www.-mediascope.ru/1654> (in Russian).
4. Visualization of information. Retrieved from: <https://www.slideshare.net/obobko/ss-15090625> (in Ukrainian).
5. Artamonova, I. (2008). Genres of online journalism. Scientific notes of the Taurida National University named after V. I. Vernadsky. Retrieved from: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/UZTNU\\_filol/uch\\_21\\_1fn/artamonova.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/UZTNU_filol/uch_21_1fn/artamonova.pdf) (in Ukrainian).
6. Kolesnichenko, A. V. (2013). *The Journalist's Deskbook : a tutorial*. Moscow : Aspekt-press (in Russian).
7. Sumskaaya, A. Synthesis of Longread and Landing – a new format of interactive narrative. Retrieved from: <http://docplayer.ru/26098273-Sintez-longrida-i-landinga-novyuy-format-interaktivnogopovestvovaniya.html> (in Russian).
8. Kashuba, A. O. (2015). Use of landing pages on the Internet to promote educational services. *Social relations*, 3 (14), 36–41 (in Russian).
9. Vasylyk, L. Ye. (2013). Cross-media as a trend in modern journalism. *Scientific notes of the Institute of Journalism*, 52, 297–300 (in Ukrainian).
10. Zolotuhin, A. A., Majarina, Yu. N. (2015). Longread, snowfall, multimedia story – how are new vertices of journalism? *Herald of the Voronezh State University*, 2, 93–96 (in Russian).
11. Lazutina, G. V. (2011). *Genres of journalistic creativity : a tutorial*. Moscow: Aspekt Press (in Russian).
12. Kresu, I., Guzun, M., Vasilik, L. (2015). *Data journalism and visualization: cross-media textbook*. Bonn / Germany – Sibiu / Romania: Schiller Publishing House (in Ukrainian).
13. Kolesnichenko, A. V. (2015). Long texts (Longrides) in the modern Russian press. *MediaScope*. Retrieved from: <http://www.mediascope.ru/node/1691> (in Russian).

Стаття надійшла до редакції 27.10.2017.

---

#### Несторенко О. А. Контент-анализ мультимедийных проектов новостного интернет-ресурса «НОВОЕ ВРЕМЯ»

В статье охарактеризованы научно-теоретические основы исследования онлайн-сторителлинга как нового формата интернет-журналистики. Сосредоточено внимание на средствах визуального и аудиовизуального контента в лонгридах и лендинге. Понятие «лендингрид» истолковано как новый технологически модифицированный медиатекст, возникший вследствие синтеза двух мультимедийных форматов – лонгрида и лендинга. Проанализировано явление синтезированных мультимедийных проектов, описан потенциал инновационного синкретического формата представления информации. С помощью метода контент-анализа охарактеризованы структурные элементы представленных на интернет-ресурсе «Новое Время» мультимедийных историй. Отмечено, что мультимедийный сторителлинг полностью удовлетворяет потребности аудитории, поскольку продуцирует информационный продукт в онлайн-режиме с помощью разных технологических каналов.

**Ключевые слова:** мультимедийная история, лендинг, лонгрид, лендингрид, онлайн-сторителлинг, интернет-ресурс, формат.

#### Nesterenko O. Content Analysis of Multimedia Projects on the Novoie Vremia Online Information Resource

**Research Methodology.** The nature of the issue requires a comprehensive approach to the selection of the research methods. Thus, analysis and systematization of scientific developments in the field of social communications were used to investigate theoretical foundations and to substantiate the nature of information products. The method of description was applied to offer a comprehensive description to characterize the existing genre features in the multimedia formats. The content analysis enabled to determine the research methodology that best explores longreads and landing. Generalization was done to offer conclusions about the types of multimedia information products.

**Results.** *The paper analyzes the scientific and theoretical foundations required to thoroughly investigate multimedia stories as a new format for the online journalism. It is noted that at the present stage of the information production and consumption the audience requires journalistic explanations that cover complex events and phenomena in the accessible format, supported by visualization, multimedia elements, and special design. Today, online editions successfully produce multimedia content, spreading it on all possible technological platforms. Cooperation among journalists in a converged editorial system improves performance and product quality. Storytelling fully meets the audience's expectations since it provides the information product online covered by a variety of technological channels.*

*The research attention is focused on visual and audiovisual content in the longreads and landingreads. The concept of «landing» is referred to as the new technologically modified media text created by the synthesis of the longread and landing, the two multimedia formats. Due to the content analysis the structural elements of the multimedia stories presented on The Novoie Vremia Internet resource are characterized according to the following classification features including authors, types, subjects, multimedia history structure, material design, and information perception channels. It is concluded that interactive means (pictures, graphics, photos, videos) help to construct a story making it more enticing.*

**Novelty.** *The scientific novelty of the work is presented in the analysis of the modern multimedia stories based on the determined structural and compositional characteristics and in the generalization of the content analysis findings.*

**Practical significance.** *The practical significance of the results obtained is seen in the fact that the research findings can be comprehensively used by online media journalists to modernize the information product offered to the modern audience and to improve the media content. The research findings are of the potential interest to those who teach modern digital technologies, Internet journalism and other disciplines. In addition, the information presented in the study can be used to prepare research publications on the current issues in mass communication.*

**Key words:** *multimedia story, landing, longread, landingread, online storytelling, internet resource, format.*