

ЛОНГРИД КАК ЖУРНАЛИСТСКИЙ ЖАНР И МЕТОД ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ

Д. А. Клименко

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина

klimenkodaria33@mail.ru

В наше время прогресс не стоит на месте и наряду с различными жанрами появляются все новые и новые. Один из наиболее востребованных мультимедийных форматов подачи информации сейчас является лонгрид. В основе лонгрида – большой объем текста, который сопровождается аудио, видео, инфографикой и т.д. Это подробный обзор текста, который помогает зрителю окунуться в мир интересной для него информации, но в необычном формате. Но почему же лонгриды все-таки востребованы в наше время?

Подход к лонгриду меняется в зависимости от человека, который так или иначе касается данной темы. А. В. Бирюков дает такое определение: «Это своеобразная разновидность мультимедийного контента. Под ним подразумевается журналистское произведение, в основе которого заложен длинный текст и насыщенный аудиовизуальный ряд. Формат предполагает глубокое погружение читателя в тему, а также серьезную проработку журналистом большого количества источников по предмету исследования» [1].

А. В. Колесниченко встраивает лонгрид в систему современных жанров, указывая, что его главной чертой является подробная разработка темы и текста, использование большого количества источников информации и большой объем текста: «Именно глубину погружения в тему, качество собранной информации следует считать главной жанровой характеристикой лонгрида. Журналист должен достичь экспертного понимания темы, что позволит ему заметить многие детали и сделать обоснованные выводы. Глубина погружения проявляется и в количестве источников информации, использованных при подготовке материала, и в количестве примеров, подтверждающих заявленный тренд, и в информативности текста, когда большой объем сочетается с высокой плотностью смысла» [2].

Исходя из высказываний выше, можно сделать вывод о том, что лонгрид – это современный формат подачи информации, в основе которой лежит объемный журналистский текст, основанный на различных разнообразных источниках, который

использует информацию в виде аудио, видео, инфографики и т.д. Используется для привлечения внимания читателей.

Жанр «лонгрид» стал набирать обороты в 2012 году и по сей день мы встречаем данный формат подачи информации в публицистике. Популярным лонгрид стал после выхода в свет проекта «The New York Times» «Snow Fall» [5].

Этот проект отличался от других тем, что имел особый формат подачи информации. В нем был привычный для всех текст, но он был насыщен мультимедийными элементами, которые так или иначе позволяли читателям с наибольшим интересом принимать информацию. Задумка проекта состояла в том, чтобы рассказать людям о походе американской группы горнолыжников в Каскадные горы в США, которые стали свидетелями схода лавины и гибели нескольких людей, но в необычной форме. Большое количество текста сопровождалось фото, видео, графикой и т.д. Тем самым автор рассчитывал на так называемое «расширенное чтение», которое позволяло автору передать атмосферу данного события [5].

Со временем понятие лонгрид начинает набирать обороты и упоминание о нем встречаются все чаще и чаще. В современных средствах массовой информации за рубежом лонгриды стали уже привычным явлением, подобные проекты успешно реализуют «The New York Times», «The Guardian», «The Chicago Tribune», «The Seattle Times» и другие.

Лонгрид, как и любой жанр, имеет свои особенности. В интернете можно найти множество различных лонгридов, которые отличаются друг от друга тематикой и стилями исполнения. Выделяют 5 форматов лонгридов:

1. Лонгрид-репортаж. Его основа – детальный обзор состоявшегося события. Примером может послужить лонгрид: «Мертвые туши. Европа столкнулась с масштабной экологической катастрофой. Кто виноват в массовой гибели животных и рыб?» (URL: <https://lenta.ru/articles/2022/09/02/reka/>)

2. Коммерческий лонгрид: обзоры различных продуктов и услуг. Их цель - подтолкнуть читателя к покупке или пользованию. Примером может послужить лонгрид: «Как работает Авито.Доставка. Объясняем в комиксах для продавца и покупателя». (URL: <https://www.fontanka.ru/longreads/70530146/>)

3. Лонгрид-реконструктор. Его особенность в том, что здесь не только новая информация, но и хроника. Автор может насытить свой лонгрид различными мультимедийными элементами, взятыми из истории прошлых лет. Примером может послужить статья в журнале The Village о том, как изменилась жизнь в городе после

притока россиян. Статья наполнена статистическими данными, фактами и реальными фотографиями. Кроме того, в лонгриде есть вставки с цитатами людей, мигрирующих в Казахстан, и местных жителей» (URL: <https://www.the-village-kz.com/village/city/situation/25979-kak-zhivet-petropavlovsk-posle-ob-yavleniya-mobilizatsii-v-rossii?from=newandbest>).

4. Аналитический лонгрид. В таких статьях используются данные экспертов в конкретной отрасли. В ней приводят аналитику результатов, даются ссылки на исследования и т.д. Примером может послужить лонгрид: «Исследование с сайта Nieman Lab, отвечающее на вопрос: кто из американцев должен платить за новости?» (URL: <https://www.niemanlab.org/2022/10/rich-americans-more-likely-to-pay-for-news/>).

5. Мультимедийный лонгрид. Главное для таких публикаций не сам текст, а дополнительные форматы, графические составляющие. Например, «Интерактивный сайт про жизнь и работу Николы Теслы: сайт наполнен анимацией, иллюстрациями и совсем немного - текстом» (URL: <https://teslanikola.info/#rec492808253>).

В России мультимедийные лонгриды создают, например, МИА «Россия сегодня» – цикл мультимедийных статей «15 ударов Красной армии», посвященный 70-летию Победы в Великой Отечественной войне (URL: <https://ria.ru/20150319/1052180987.html>); Lenta.ru – «Дни затмения» (URL: <http://1991.lenta.ru/>); «Коммерсантъ» – «Земля отчуждения» (URL: <http://kommersant.ru/projects/chernobyl>); «Приразломная жизнь» (URL: <https://www.kommersant.ru/projects/arctic>); «Комсомольская правда» – «Америка закованных небоскребов» (URL: <https://www.kp.ru/best/msk/move/real-usa/>); «Первый канал» – «Всемирном. Год спустя» (URL: <https://vsemmirom.1tv.ru/>) и другие.

Мы видим, что это крупные российские СМИ. К сожалению, в региональных СМИ таких форматов немного. Дьяковская О. С. и Серова С. А. отмечают, что «Региональные медиа при создании лонгридов в большинстве своем не используют доступные мультимедийные и интерактивные инструменты» [4, с. 427]. Однако региональные медиа должны обратиться к этой популярной форме.

Факторы востребованности лонгридов можно описать следующим образом:

– Лонгриды легко читаются и воспринимаются. Информацию можно воспринимать в очередях, транспорте, во время обеденного перерыва и т. д. Всегда можно перечитать текст, существует возможность отложенного восприятия информации из лонгрида.

– Людям надоело «малосодержательное» чтение, материалы, которые дублируют информацию, не включают эксклюзивный или полезный контент. Эти публикации позволяют аудитории заниматься саморазвитием, когда нет времени обращаться к специальной литературе.

– Хороший лонгрид, имеющий интересные подзаголовки и яркие иллюстрации, читатель «зачитывает до дыр».

– Лонгрид в рекламе также пользуется успехом, так как он схож на журналистские формы подачи информации, выглядит современным. Поэтому медиабренды предпочитают его для реализации особенных проектов.

В заключении можно сказать, что лонгрид как журналистский жанр и метод подачи информации необходим в наше время. Качественно сделанный лонгрид помогает не только передать информацию, рассказать о событии со всех сторон, но и помочь читателю окунуться в ту атмосферу, которая его интересует, дать ему возможность изучить тот или иной вопрос в красочной форме и интересной подаче, не прибегая к обычному черно-белому тексту.

Список источников:

1. Бирюков, А.В. Мультимедийный лонгрид как новый формат представления контента средств массовой информации [Электронный ресурс]. – URL: <https://izron.ru/articles/ekonomika-i-menedzhment-ot-teorii-k-praktike-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodnoy-nauch/sektsiya-2-ekonomika-i-upravlenie-narodnym-khozyaystvom-spetsialnost-08-00-05/multimediynyy-longrid-kak-novyy-format-predstavleniya-kontenta-sredstv-massovoy-informatsii/> (дата обращения: 20.12.2022).
2. Колесниченко, А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. Вып. 1. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/1691> (дата обращения: 03.12.2022).
3. Латкина, О.С. Методические рекомендации по созданию дидактического лонгрида для педагогов и студентов [Электронный ресурс]. – URL: <https://multiurok.ru/files/metodicheskie-rekomendatsii-po-sozdaniiu-didaktich.html> (дата обращения: 03.12.2022).

4. Дьяковская, О. С., Серова, С.А. Жанровое своеобразие лонгридов в региональных средствах массовой информации (на примере сетевых медиа Тамбовской области) // МНКО. 2021. №6 (91). С. 426-429.

5. Branch, J. Snow Fall [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek> (дата обращения: 03.12.2022).