

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

*На правах рукописи*

**ЕЛФАЧЕВА Александра Игоревна**

**Лонгрид как мультимедийный жанр журналистики**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
по направлению «Журналистика»  
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –  
кандидат политических наук,  
доцент Ю. В. Курышева  
Кафедра международной журналистики  
Очная форма обучения

Вх. № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_  
Секретарь \_\_\_\_\_

Санкт-Петербург  
2017

## **Содержание**

Generating Table of Contents for Word Import ...

## Введение

**Актуальность темы** данного исследования определяется следующими положениями.

Во-первых, стихийным развитием лонгридов и активным внедрением их в повседневную практику СМИ, что, соответственно, требует своевременного теоретического обоснования их содержания, структуры и составных элементов.

В настоящее время в традиционных и новых медиа все чаще появляются крупноформатные, как правило, мультимедийные материалы особого типа – лонгриды, детально рассматривающие тему (или проблематику) с разных сторон. Стремительный рост популярности публикаций такого рода начался за рубежом с 2012 года, когда онлайн-редакция известного американского ежедневника «Нью-Йорк Таймс» («The New York Times») выпустила «Снегопад»<sup>1</sup> («The Snowfall»). Другие крупные западные СМИ – «Гардиан» («The Guardian»), «Вашингтон Пост» («The Washington Post») и др. – быстро подхватили этот тренд и стали выпускать свои «сноуфоллы». Несколько позже лонгриды просочились и на отечественный рынок СМИ, продолжая активно захватывать его просторы.

Таким образом, на сегодняшний день лонгриды стали неотъемлемой частью контента как западных, так и отечественных СМИ, а потому – как и любое относительно новое явление действительности, к тому же широко используемое на практике – требуют своевременного всестороннего анализа с теоретической точки зрения.

Во-вторых, актуальность определяется размыванием жанровой системы под воздействием цифровых технологий, появлением мультимедийных (гибридных) форм журналистского материала.

Еще в 1970-1980-х годах исследователи заговорили о процессе медиаконвергенции – слиянии коммуникационных каналов, – который стал результатом технологического прогресса и привел к размыванию границ между

---

<sup>1</sup> Branch J. The Snowfall. The Avalanche at Tunnel Creek // The New York Times. 2012. <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>. Дата обращения: 12.11.2016.

традиционными журналистскими жанрами, появлению совершенно новых *мультимедийных* жанров и форм подачи контента в сети Интернет (к которым относится и лонгрид). Особенность подобных журналистских произведений заключается в том, что они органично сочетают в себе информацию, представленную в различных формах.

В-третьих, актуальность данной ВКР объясняется ростом интереса аудитории к журналистике длинных форм. В условиях нарастания информационного шума у читателя возникло закономерное желание обстоятельно разобраться в проблеме, погрузиться в событие, сопереживать героям журналистских историй – реальным людям, сформировать адекватную картину действительности. Возросшая востребованность объемных журналистских материалов сегодня предполагает более качественный подход к их подготовке – изучение технологий создания лонгридов, содержания, структуры и составных элементов подобных текстов, чтобы конечный продукт максимально отвечал запросам аудитории.

**Новизна** исследования выражается в том, что интерес теоретиков СМИ и размытое представление о лонгридах требуют систематизации. Несмотря на то, что о лонгридах исследователи говорят с 2012 года, а за текстами такого рода уже закрепилось вполне определенное название, единый подход к лонгриду в научном сообществе пока не выработан. Так, большинство медиаисследователей рассматривает лонгрид как новый *формат* подачи контента – преимущественно в онлайн-среде (Аникина М.Е., Булаева М.Н., Галустян А.А., Кульчицкая Д.Ю., Латенкова В.М., Самарцев О.Р., Сумская А.С.); другие – как совершенно новый *жанр* журналистики (Бондаренко М.И., Витвинчук В.В., Колесниченко А.В.). Также есть теоретики, считающие лонгрид возродившимся очерком, столь популярным в советское время (Золотухин А.А., Мажарина Ю.Н.). Таким образом, лонгрид, несомненно, представляет значительный интерес для научного сообщества, однако комплексных, объемных исследований на настоящий момент не существует.

**Объектом исследования** являются мультимедийные лонгриды в новых медиа и онлайн-версиях печатных изданий. **Предметом** – содержательные, структурные и мультимедийные особенности лонгридов.

**Целью исследования** является выявление особенностей лонгрида как нового мультимедийного жанра журналистики.

Для реализации цели поставлены следующие **задачи**:

1. Выявить специфику понятий «жанр» и «формат» журналистики, сопоставить и разграничить их;
2. Определить специфические черты лонгрида как журналистского произведения;
3. Выявить содержательные особенности лонгридов «Нью-Йорк Таймс» и «России Вне Газетных Заголовков» («Russia Beyond the Headlines», далее – «RBTH»);
4. Выявить специфику мультимедийной структуры лонгридов, описать виды мультимедийных элементов в материалах исследуемых изданий.

**Теоретической базой исследования** являются работы по теории журналистских жанров и форматов Кройчик Л.Е.<sup>2</sup>, Лазутиной Г.В.<sup>3</sup>,

---

<sup>2</sup> Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Изд-во Михайлова В. А. 2000. Стр. 138. <http://evartist.narod.ru/text5/64.htm>. Дата обращения: 20.11.2016.

<sup>3</sup> Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества: Учеб. пособие для студентов вузов / Г.В. Лазутина, С.С. Распопова. М. Аспект Пресс. 2011. 320 стр. <http://knigi.link/jurnalistiki-janryi/janryi-jurnalistского-tvorchestva-ucheb.html>. Дата обращения: 20.11.2016.

Месеняшиной Л.А.<sup>4</sup>, Распоповой С.С.<sup>5</sup>, Солганика Г.Я.<sup>6</sup>, Тертычного А.А.<sup>7</sup>, Цвика В.Л.<sup>8</sup>; теоретические исследования лонгрида как нового жанра – Бондаренко М.И. и Витвинчука В.В.<sup>9</sup>, Колесниченко А.В.<sup>10</sup>; а также работы, рассматривающие лонгрид как формат журналистики – Булаевой М.Н.<sup>11</sup>,

---

<sup>4</sup> Месеняшина Л.А. И еще раз о жанре и формате / Л. А. Месеняшина // Вестник Челябинского государственного университета. 2014, № 26. Стр. 73-75. <http://www.lib.csu.ru/vch/383/017.pdf>. Дата обращения: 2.12.2016.

<sup>5</sup> Распопова С.С. О понятии «жанр» в теории журналистики // «Вестник Челябинского государственного университета». №6 (260). 2012. <http://cyberleninka.ru/article/n/o-ponyatii-zhanr-v-teorii-zhurnalistiki>. Дата обращения: 4.12.2016.

<sup>6</sup> Солганик Г.Я. Формат и жанр как термины // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545558>. Дата обращения: 13.11.2016.

<sup>7</sup> Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М. «Аспект пресс». 2000. Стр. 312. <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm>. Дата обращения: 11.10.2016.

<sup>8</sup> Цвик В.Л. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы / В.Л. Цвик // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. Стр. 52-55. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545563>. Дата обращения: 14.11.2016.

<sup>9</sup> Бондаренко М.И., Витвинчук В.В. Лонгрид как новый жанр отечественной журналистики // NovaInfo.ru. 2016. № 46. <http://novainfo.ru/article/6230>. Дата обращения: 13.12.2016.

<sup>10</sup> Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. № 1. <http://www.mediascope.ru/node/1691>. Дата обращения: 20.12.2016.

<sup>11</sup> Булаева М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник. Национальный исследовательский Томский государственный университет. 2015. № 4. Стр. 121-123. <http://elibrary.ru/download/51416757.pdf>. Дата обращения: 13.12.2016.

Галустяна А.А. и Кульчицкой Д.Ю.<sup>12</sup>, Золотухина А.А. и Мажариной Ю.Н.<sup>13</sup>, Латенковой В.М. и Самарцева О.Р.<sup>14</sup>, Сумской А.С.<sup>15</sup>

**Эмпирическую базу** составили материалы двух изданий – «Нью-Йорк Таймс» и «RВТН», онлайн-версии которых содержат специальный раздел, где публикуются лонгриды.

**Хронологические рамки.** Автор рассматривал и анализировал материалы, опубликованные в период с января по декабрь 2016 года.

В качестве основных **методов** исследования были использованы: методы эмпирического исследования (наблюдение, сравнение), а также описательно-аналитический метод и коммуникативно-речевой анализ текстов.

**Структура.** Работа состоит из введения, двух глав, заключения, приложений и библиографического списка литературы. В первой главе определена специфика понятий «жанр» и «формат» журналистики, проведено их сопоставление и разграничение; с опорой на теоретические исследования выявлены признаки жанра и формата в лонгриде как произведении журналистики. Во второй главе проведен сравнительный анализ лонгридов «Нью-Йорк Таймс» и «RВТН»; подробно рассмотрены, классифицированы и описаны виды мультимедийных элементов в лонгридах исследуемых изданий.

---

<sup>12</sup> Галустян А.А., Кульчицкая Д.Ю. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новый медиа изменили журналистику 2012-2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной (совместное издание с Гуманитарным университетом). 2016. <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/>. Дата обращения: 23.12.2016.

<sup>13</sup> Золотухин А.А., Мажарина Ю.Н. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 2. <http://elibrary.ru/download/15881478.pdf>. Дата обращения: 25.12.2016.

<sup>14</sup> Латенкова В.М. Самарцев О.Р. Методические и творческие проблемы обучения технологии «лонгрида» в практике подготовки журналистов // «Век информации» №2. СПб.: С.-Петербург. ун-т, И-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаци». 2016. [http://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1461579769\\_3584.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1461579769_3584.pdf). Дата обращения: 25.12.2016.

<sup>15</sup> Сумская А.С. Синтез лонгрида и лендинга – новый формат интерактивного повествования / А.С. Сумская // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург. 2016. Стр. 130-134. [http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/38272/1/journ\\_staff\\_2016\\_33.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/38272/1/journ_staff_2016_33.pdf). Дата обращения: 25.12.2016.



## Глава 1. Лонгрид в системе журналистики. Теоретические подходы к лонгриду

В данной главе мы подробно остановились на понятиях «жанр» и «формат» как категориях, относящихся к сфере журналистики; опираясь на существующие теоретические работы, провели их сопоставление и разграничение. Это, в свою очередь, позволило нам рассмотреть лонгрид как произведение журналистского творчества.

### 1.1. «Жанр» и «формат» как понятия журналистики

Для того, чтобы подойти к рассмотрению лонгрида как журналистского произведения, определяемого исследователями СМИ и как новый жанр, и как новый формат подачи контента, выясним, что в современной медиатеории подразумевается под этими понятиями.

Остановимся на *понятии «жанр»* как категории, относящейся к сфере журналистики.

Для начала следует обратиться к этимологии. Так, термин «жанр» «возник в эстетике французского классицизма середины XVII века для разграничения разновидностей произведений, создаваемых тем или иным родом творчества»<sup>16</sup>, и восходит к французскому слову «genre», которое переводится как «род» или «вид». Исходя из этого, нам представляется логичным, что появление категории «жанр» в сфере журналистике (которая является одним из видов творческой деятельности) было вызвано объективной необходимостью упорядочить огромный массив произведений – различных по своей структуре, функциям и общим признакам, – формирование которого началось с момента становления журналистики.

Далее рассмотрим понятие «жанр» в контексте теории журналистики. Несмотря на то, что сам термин зародился столетия назад, а всплеск

---

<sup>16</sup> Распопова С.С. О понятии «жанр» в теории журналистики // «Вестник Челябинского государственного университета». №6 (260). 2012. <http://cyberleninka.ru/article/n/o-ponyatii-zhanr-v-teorii-zhurnalistik>. Дата обращения: 25.12.2016.

исследовательского интереса к журналистике как виду творчества и формирование теории журналистики как науки пришлось на XX век, единого представления о журналистских жанрах научное сообщество до сих пор не выработало. Так, на сегодняшний день не существует общепринятой трактовки понятия «жанр», равно как и единой жанровой классификации. Тем не менее, большинство современных теоретиков СМИ формулируют определение понятия «жанр», опираясь на теоретические разработки советской исследовательской школы, которая рассматривает жанры как устойчивые, исторически сложившиеся типы (или группы) публикаций, объединенные сходными содержательно-формальными признаками, получившими название жанрообразующих. Заметим, что любая публикация, подготовленная профессионалом, обладает определенным набором таких устойчивых признаков, возникающих как произвольно, так и в результате целенаправленных творческих усилий автора<sup>17</sup>. Этим, в свою очередь, обусловлена возможность классификации журналистских текстов на группы.

К жанрообразующим факторам большинство медиаисследователей традиционно относит три характеристики: предмет отображения (под предметом имеется в виду ответ на вопрос «Что отображается?»), функциональную предназначенность («С какой целью отображается?») и метод отображения («Как отображается?»). Однако некоторые теоретики считают, что трех критериев для классификации журналистских текстов по жанровым группам недостаточно, и предлагают в числе жанрообразующих также рассматривать такие признаки, как широта освещения действительности и изобразительные-выразительные средства. Заметим, что, как утверждает теоретик СМИ А.В. Колесниченко, объем текста в работах современных медиаисследователей (в частности, А.А. Тертычного, Г.В. Лазутиной, С.С. Распоповой, О.Р. Самарцева) как жанрообразующий фактор не рассматривается, однако в сегодняшней журналистской практике все чаще

---

<sup>17</sup> Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М. «Аспект пресс». 2000. Стр. 312. <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm>. Дата обращения: 11.10.2016.

выступает в качестве такового. «Объем текста в качестве жанрообразующего признака ни в одной из работ не упоминается. При этом подразумевается, что некоторые жанры (очерк, специальный репортаж, журналистское расследование) предполагают скорее объемные тексты, нежели короткие. Объем текста традиционно считается производным от количества и качества собранной журналистом информации с учетом формата издания и принятых в нем размеров материалов»<sup>18</sup>, – отмечает автор.

В зависимости от степени и характера проявления того или иного жанрообразующего признака все журналистские жанры разделяются на группы. Это деление теории и практики массмедиа могут производить «на самых разных основаниях, в зависимости от того, что каждый из них считает наиболее важным объединяющим началом (именно это порождает разные представления о жанровой палитре журналистики)», – отмечает А.А. Тертычный<sup>19</sup>. То есть, как уже было сказано выше, единой классификации жанров журналистского творчества на сегодняшний день не существует. Впрочем, в современной отечественной теории чаще всего встречается сложившееся еще в советский период деление на информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры.

Предметом отображения для всех трех жанровых групп является событие – в наиболее общем понимании; однако аналитические жанры подходят к событию как к объекту углубленного исследования, а художественно-публицистические – как к объекту художественного осмысления. Второй базовый жанрообразующий признак – функциональная предназначенность – наиболее специфичен для каждой из групп: так, целью информационных жанров является оперативное сообщение о событии; аналитических – анализ, исследование, истолкование события и его причин, прогноз его развития и выявление возможных следствий; а предназначенность жанров художественной

---

<sup>18</sup> Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. № 1. <http://www.mediascope.ru/node/1691>. Дата обращения: 20.12.2016.

<sup>19</sup> Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М. «Аспект пресс». 2000. Стр. 312. <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm>. Дата обращения: 11.10.2016.

публицистики – оценка события, формирование общественного мнения, воздействие на политические институты и общественные нравы, а также развлечение. Что касается третьей жанровой характеристики – метода отображения, – отметим, что информационные жанры основаны на эмпирических (или рационально-познавательных) методах, аналитические – на методах теоретического уровня; тексты художественной публицистики отображают действительность посредством художественного метода, в результате чего рождается публицистический образ. Разграничивая информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры, исследователь СМИ А.А. Тертычный резюмирует: «В первом случае автор реализует целевую установку на показ определенных характеристик предмета отображения в их «свернутом» виде. Во втором – «развертывает» такие характеристики и создает произведение другого жанрового измерения, а в третьем – еще и дополняет анализ определенным художественным изображением действительности»<sup>20</sup>.

Впрочем, некоторые медиаисследователи стремятся усовершенствовать эту классификацию, адаптировать ее под реалии сегодняшнего дня. В частности, Л.Е. Кройчик, детализируя творческие задачи журналиста, выделяет уже пять групп жанров: оперативно-новостные, оперативно-исследовательские, исследовательско-новостные, исследовательские и исследовательско-образные<sup>21</sup>. Отсутствие общепринятой жанровой классификации, по мнению ряда исследователей, является одной из главных проблем теории СМИ на данный момент. Так, Г.Я. Солганик отмечает: «А.А. Тертычный выделяет 35 публицистических жанров... И это не предел. Некоторые ученые выделяют

---

<sup>20</sup> Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М. «Аспект пресс». 2000. Стр. 312. <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm>. Дата обращения: 11.10.2016.

<sup>21</sup> Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Изд-во Михайлова В. А. 2000. Стр. 138. <http://evartist.narod.ru/text5/64.htm>. Дата обращения: 20.11.2016.

почти 400 газетных жанров»<sup>22</sup>. Однако, на наш взгляд, подобные цифры и факты свидетельствуют о развитии теории жанров и журналистики – в целом.

Важно отметить, что подходы к категории журналистского жанра в отечественной и западной традиции существенно разнятся. В российских учебных пособиях наиболее распространенной является классификация жанров на информационные, аналитические и художественно-публицистические, в то время как на западе жанры традиционно разделяют на «событийные» (или новостные) и «комментарийные»<sup>23</sup>. Анализируя основные газетные жанры США, теоретик массмедиа С.А. Михайлов, помимо традиционных «News» (к которым он относит жесткую и мягкую новость, «News Brief» и «General News Account») и «Feature» («News Feature», «News Analysis», «Review»), выносит в отдельную, третью группу авторские колонки, редакционные материалы и комментарии<sup>24</sup>.

Подробно рассмотрев традиционное для журналистики и теории творчества понятие «жанр», остановимся на более новой категории – *категории формата*.

Для начала отметим, что в последнее время, как утверждает ряд теоретиков СМИ, в теории и практике журналистики произошло «резкое» расширение семантики и сферы употребления слова «формат» по сравнению с его изначальным терминологическим значением<sup>25</sup>, в связи с чем оно начало подменять и вытеснять из профессионального лексикона другие термины – и, в первую очередь, «жанр» (а также «стиль», «раздел» и рубрика»). Таким

---

<sup>22</sup> Солганик Г.Я. Формат и жанр как термины // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545558>. Дата обращения: 13.11.2016.

<sup>23</sup> Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. М. Изд-во Моск. ун-та. 2008. <http://www.eartist.narod.ru/text28/0034.htm>. Дата обращения: 13.11.2016.

<sup>24</sup> Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки. СПб: Изд-во Михайлова В.А. 2004. [http://eartist.narod.ru/text6/06.htm#з\\_02](http://eartist.narod.ru/text6/06.htm#з_02). Дата обращения: 14.11.2016.

<sup>25</sup> Солганик Г.Я. Общие замечания о жанре и формате // Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ: методический семинар. 2009. <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/221>. Дата обращения: 23.11.2016.

образом, можно заключить, что понятия «жанр» и «формат» сегодня выступают как конкурирующие. При этом слово «формат» стало использоваться как «современный, модный, соответствующий языковому вкусу времени синоним»<sup>26</sup>. Однако данные категории, как единодушно указывают отечественные исследователи СМИ, никоим образом не дублируют друг друга (хотя их значения и могут частично совпадать). Поэтому, чтобы избежать ошибок при словоупотреблении и обеспечить эффективность профессиональной коммуникации, следует четко понимать, что обозначает каждое из них. Кроме того, необходимость подробного рассмотрения понятия «формат», а также разграничения терминов «жанр» и «формат» журналистики в данной выпускной квалификационной работе обусловлена предметом исследования: так, часть медиаисследователей рассматривают лонгрид как новый журналистский жанр, другие – как новый формат подачи контента.

Итак, остановимся на категории формата. В теорию и практику журналистики она вошла относительно недавно, значительно позже, чем «жанр» – как отмечает Т.И. Сурикова, понятие «формат» активизировалось в конце 1990-х годов<sup>27</sup>, – однако сегодня является широко распространенным в профессиональной среде. Говоря о формате, отечественные исследователи СМИ отмечают, прежде всего, многозначность термина. Далее рассмотрим, в каких ситуациях и значениях он употребляется сегодня.

Сперва отметим, что слово «формат» восходит к латинскому «forma», которое переводится как «вид», «наружность», «внешний вид». Из этого логичным образом следует, что исходное значение рассматриваемого нами термина сопряжено с внешними характеристиками изучаемого предмета, в нашем случае – журналистского текста. Анализируя этимологию слова, Т.И. Сурикова и Л.А. Месеняшина указывают, что изначально, в XVIII веке оно вошло в область полиграфии в значении «размер печатного издания, размер

---

<sup>26</sup> Сурикова Т.И. Смысловое поле понятия «формат» в массовой коммуникации / Т.И. Сурикова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. Стр. 25-29. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545559>. Дата обращения: 4.12.2016.

<sup>27</sup> Там же.

листа», и использовалось вместе с номенклатурными полиграфическими наименованиями (к примеру, «формат А3», «формат А4»), актуализирующими в профессиональном сознании сему «стандарт». То есть, «речь идет уже не просто о внешнем виде, размере, а о совершенно определенном размере, эталоне, стандарте в полиграфической промышленности»<sup>28</sup>, – отмечает Т.И. Сурикова.

В настоящее время понятие «формат» уже не используется исключительно в узком полиграфическом смысле. В 90-х годах, в связи со всеобщей компьютеризацией, оно начинает выступать в новом значении: как «некая структура, некоторые параметры, свойства и возможности, некий электронный стандарт (формат DVD, MP3), с которым могут работать соответствующие компьютерные программы»<sup>29</sup>, – отмечает Т.И. Сурикова. В этом новом значении категории формата также актуализирована сема «стандарт», «эталон»; именно это, по мнению автора, и позволило понятию занять прочное место в теории и практике массовой коммуникации. Так, в 90-е годы в массовом языковом сознании происходило активное размывание социальных и профессиональных ориентиров: такие понятия, как «тип СМИ», «жанр» и «стиль», «организующие СМИ как упорядоченное, функциональное целое», утратили свои позиции; в связи с этим активизация категории «формат» стала, с точки зрения Т.И. Суриковой, «естественной реакцией поиска новой системы профессиональных координат»<sup>30</sup>. Таким образом, под действием различных факторов (глобализации, увеличения насыщенности потоков массовой информации, расширения технических возможностей и появления

---

<sup>28</sup> Сурикова Т.И. Смысловое поле понятия «формат» в массовой коммуникации / Т.И. Сурикова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. Стр. 25-29. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545559>. Дата обращения: 4.12.2016.

<sup>29</sup> Там же.

<sup>30</sup> Сурикова Т.И. Смысловое поле понятия «формат» в массовой коммуникации / Т.И. Сурикова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. Стр. 25-29. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545559>. Дата обращения: 4.12.2016.

информационного рынка<sup>31)</sup> произошло расширение диапазона понятия «формат», утверждает ряд медиаисследователей СМИ, в частности, Г.Я. Солганик, Г.В. Лазутина и Т.И. Сурикова, характеризующая данное явление как «экспансию форматов». Проанализировав выводы теоретиков, рассматривающих конкретные примеры словоупотребления, обозначим, что в сегодняшнем медиадискурсе слово «формат» употребляется как вид или тип СМИ (печатные, электронные, Интернет-СМИ), род творчества, жанр, способ подачи контента, вид коммуникационного канала («в формате вербальной коммуникации, внутреннего монолога»<sup>32)</sup>, технология общения с аудиторией («формат общения в режиме онлайн»<sup>33)</sup>, особенность законодательного регулирования отношений СМИ и власти («новый формат местных СМИ: о том, что законодательно в обязанность местных СМИ вменена публикация всех решений местной власти»<sup>34)</sup>, – поясняет Т.И. Сурикова), состав какого-либо собрания, встречи («собраться в том же формате»<sup>35)</sup>, а также как тематика, размер и хронометраж (передачи), вид телепродукции (фильмы, мультфильмы, телепередачи<sup>36)</sup>).

Таким образом, выводы теоретиков убеждают нас в том, что на сегодняшний день слово «формат» в журналистике имеет довольно размытое

---

<sup>31</sup> Лазутина Г.В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. <http://library.ua/m/articles/view/жанр-и-формат-в-терминологии-современной-журналистики>. Дата обращения: 4.12.2016.

<sup>32</sup> Сурикова Т.И. Смысловое поле понятия «формат» в массовой коммуникации / Т.И. Сурикова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. Стр. 25-29. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545559>. Дата обращения: 4.12.2016.

<sup>33</sup> Там же.

<sup>34</sup> Там же.

<sup>35</sup> Солганик Г.Я. Формат и жанр как термины // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545558>. Дата обращения: 13.11.2016.

<sup>36</sup> Николаева А.В. Формат и внутрижанровая речевая структура // Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ: методический семинар. 2009. <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/221>. Дата обращения: 14.11.2016.

значение, продолжая развиваться, конкретизироваться и уточняться. Г.Я. Солганик отмечает, что, вследствие подобной неопределенности и многозначности, «формат» и вовсе пока нельзя считать термином (т.е. строго определенным понятием<sup>37</sup>). Тем не менее, исследователи говорят о начавшемся в последнее время процессе конкретизации и специализации понятия «формат», что связано с его активным использованием в профессиональной коммуникации. «В ряде контекстов оно уже употребляется в значении «стандарт СМИ», обусловленный их типом, каналом распространения, объемом и полиграфическим форматом или хронометражем, особенностями аудитории, периодичностью, редакционной политикой», – отмечает Т.И. Сурикова. Автор также предполагает, что в будущем понятие «формат» терминологизируется как «внутренний стандарт СМИ, материализованный в оригинал-макете издания на основе правил, норм, традиций редакционной политики», и, таким образом, «станет в один понятийный ряд с термином «тип СМИ» как более конкретный и заполнит существующую понятийную лакуну». «Так, относясь к одному типу, скажем региональных СМИ, издания могут иметь разный формат, обусловленный объемом, периодичностью, спецификой оформления, традициями и др. индивидуальными особенностями»<sup>38</sup>, – уточняет Т.И. Сурикова.

Итак, рассмотрев понятия «жанр» и «формат» применительно к сфере журналистской деятельности, перейдем к их сопоставлению и разграничению, опираясь на теоретические работы. Отметим, что исследователи СМИ производят это разграничение на разных основаниях; – остановимся на существующие их подходах.

---

<sup>37</sup> Солганик Г.Я. Формат и жанр как термины // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545558>. Дата обращения: 13.11.2016.

<sup>38</sup> Сурикова Т.И. Смысловое поле понятия «формат» в массовой коммуникации / Т.И. Сурикова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. Стр. 25-29. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545559>. Дата обращения: 4.12.2016.

Так, одним из способов сопоставления понятий «жанр» и «формат» журналистики является рассмотрение их в логике «часть – целое», выдвинутое теоретиками массмедиа О.Р. Лащук и А.В. Николаевой<sup>39</sup>. Оба автора приходят к заключению, что более широкая категория формата вбирает в себя более узкую – жанр. Данный вывод О.Р. Лащук, в частности, подкрепляет следующим примером: статьи, заметки, рубрики и другие элементы контента печатных СМИ пишутся в соответствии с каким-либо жанром, однако количество и последовательность материалов, их расположение на полосе задает формат; таким образом, жанр является составным элементом формата<sup>40</sup>.

Однако с подобным критерием разграничения понятий согласны не все медиаисследователи. В частности, Л.А. Месеняшина, анализируя материалы дискуссии, посвященной категориям жанра и формата<sup>41</sup>, приходит к выводу, что различия между ними лежат «не в сфере логики, а в сфере прагматики»<sup>42</sup>: так, понятие журналистского жанра связано с идеей авторства, а понятие формата – с потребностями аудитории, т. е. с идеей адресата. Таким образом, можно заключить, что Л.А. Месеняшина относит данные понятия к разным областям человеческой деятельности: «жанр» – к сфере творчества, а «формат» – к экономической деятельности (поскольку потребности аудитории, о которых говорит автор, подразумевает под собой не что иное, как рыночные отношения). Эту точку зрения разделяют и другие теоретики: так, В.Л. Цвик

---

<sup>39</sup> Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ: методический семинар. 2009. <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/221>. Дата обращения: 14.11.2016.

<sup>40</sup> Лащук О.Р. Формат СМИ: определение термина // Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ: методический семинар. 2009. <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/221>. Дата обращения: 14.11.2016.

<sup>41</sup> Понятие «формат»: расширение диапазона значений и системные характеристики СМИ // Медиаскоп: материалы межкафедрального семинара «Динамика жанров и форматов». <http://www.mediascope.ru/node/520>. Дата обращения: 14.11.2016.

<sup>42</sup> Месеняшина Л.А. И еще раз о жанре и формате / Л. А. Месеняшина // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 26. Стр. 73-75. <http://www.lib.csu.ru/vch/383/017.pdf>. Дата обращения: 7.12.2016.

отмечает, что «формат – понятие рыночное, а жанр – эстетическое»<sup>43</sup>. На экономическую составляющую понятия «формат» в журналистике указывает и И.П. Магай, определяющий «формат» как «способ презентации продукта журналистской деятельности в тех его особенностях и характеристиках, которые ориентированы на коммерческий успех и определяются вкусами массовой аудитории»<sup>44</sup>. К схожему выводу приходит и Г.В. Лазутина: жанр – это понятие теории творчества, передающее специфику «определенного вида того или иного рода творчества и продуктов этого вида», а «формат – понятие коммуникативистики, определяющее место информационных продуктов в процессе коммуникации»<sup>45</sup>. Здесь логично будет задаться следующим вопросом: каким образом могут – пусть и частично – совпадать значения понятий, принадлежащих к разным сферам человеческой деятельности? Ответ находим в исследованиях Г.В. Лазутиной: по ее мнению, частичное совпадение значений категорий «жанр» и «формат» обусловлено пересечением пространств творчества и бизнес-коммуникации.

Л.А. Месеняшина приводит и другое основание для разграничения понятий жанра и формата журналистики. Опираясь на исследования Г.В. Лазутиной, О.Р. Лащук, А.В. Николаевой и других теоретиков, она заключает, что категория «жанр» описывает внутреннюю структуру произведения, в то время как «формат» – «положение того же произведения в системе коммуникативных отношений, включая как техническую, так и

---

<sup>43</sup> Цвик В.Л. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы / В.Л. Цвик // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. Стр. 52-55. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545563>. Дата обращения: 7.12.2016.

<sup>44</sup> Магай И. П. Диктатура формата // Медиаскоп: материалы межкафедрального семинара «Динамика жанров и форматов». <http://www.mediascope.ru/node/520>. Дата обращения: 7.12.2016.

<sup>45</sup> Лазутина Г.В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. <http://library.ua/m/articles/view/жанр-и-формат-в-терминологии-современной-журналистики>. Дата обращения: 4.12.2016.

коммерческую и юридическую коммуникацию»<sup>46</sup> (данное соотношение автор уподобляет традиционному для языкознания противопоставлению означаемого и означающего). Иными словами, «жанр» есть внутренняя характеристика журналистского текста, а «формат» – внешняя. К подобному выводу в итоге приходит и О.Р. Лащук: отталкиваясь от рассмотрения понятий как части и целого, она указывает, что жанр традиционно отвечает за тему и содержание журналистского произведения (т. е. его внутренние особенности); формат же, «как новый термин», «отражает те новшества, которые порождаются развитием технологий медиаиндустрии и опытом медиапроизводителей»<sup>47</sup> (здесь речь идет, соответственно, о характеристиках внешних). Данной позиции придерживается и М.Н. Булаева: «В отличие от жанра, суть которого определяется содержательными характеристиками материала, формат характеризует, прежде всего, структурные особенности медиапродукта»<sup>48</sup>.

Стоит также отметить, что, являясь внешней категорией журналистского произведения, формат не может не оказывать определенного влияния на его внутреннюю природу, считают некоторые исследователи. В частности, «деформирующее воздействие»<sup>49</sup> формата на жанровые нормы и, через их посредство, на сам текст отмечает Л.А. Месеняшина. А И.П. Магай подчеркивает, что выдвинутые во главу угла меркантильные соображения или так называемый «эффект формата» «может быть разрушительным,

---

<sup>46</sup> Месеняшина Л.А. И еще раз о жанре и формате / Л. А. Месеняшина // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 26. Стр. 73-75. <http://www.lib.csu.ru/vch/383/017.pdf>. Дата обращения: 7.12.2016.

<sup>47</sup> Лащук О.Р. Формат СМИ: определение термина // Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ: методический семинар. 2009. <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/221>. Дата обращения: 14.11.2016.

<sup>48</sup> Булаева М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник. Национальный исследовательский Томский государственный университет. 2015. № 4. Стр. 121-123. <http://elibrary.ru/download/51416757.pdf>. Дата обращения: 13.12.2016.

<sup>49</sup> Месеняшина Л.А. И еще раз о жанре и формате / Л. А. Месеняшина // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 26. Стр. 73-75. <http://www.lib.csu.ru/vch/383/017.pdf>. Дата обращения: 7.12.2016.

оборачиваясь определенной деградацией СМИ и жанров, противоправной подоплекой журналистских публикаций и необратимыми нравственными потерями»<sup>50</sup>.

В завершение резюмируем все, что было сказано выше о категориях жанра и формата.

Итак, «жанр» – давно сложившаяся, традиционная для журналистики категория, принадлежащая области творчества и связанная с идеей авторства. К единой трактовке данного понятия исследователи массмедиа пока не пришли, однако большая часть определений основывается на теоретических разработках советской школы, рассматривающей жанры как устойчивые, исторически сложившиеся группы публикаций, объединенные сходными содержательно-формальными признаками: предметом, целью и методами отображения. В качестве еще одного жанрообразующего фактора в современной журналистской практике все чаще рассматривается объем текста. (Иногда также изобразительно-выразительные средства и широта освещения действительности). Исходя из этого, можно заключить, что понятие «жанр», в целом, описывает внутренние, содержательные особенности журналистского текста – в частности, характер темы, степень и методы ее исследования, объем и композицию произведения.

Кроме того, необходимо подчеркнуть, что подходы к категории жанра в отечественной и западной традиции существенно различаются: российские теоретики, как правило, разделяют жанры на информационные, аналитические и художественно-публицистические (хотя существуют и другие классификации), в то время как на западе сложилось деление на «событийные» (новостные) и «комментарийные» жанры, или «News» и «Feature».

---

<sup>50</sup> Магай И. П. Диктатура формата // Медиаскоп: материалы межкафедрального семинара «Динамика жанров и форматов». <http://www.mediascope.ru/node/520>. Дата обращения: 7.12.2016.

«*Формат*», в отличие от «жанра», – более новое, еще не устоявшееся применительно к области журналистики понятие, которое продолжает развиваться, конкретизироваться и уточняться. В последнее время, в связи с расширением семантики и сферы употребления, оно начало подменять и вытеснять из профессионального лексикона другие термины (и, в первую очередь, «жанр»). В частности, в сегодняшней теории и практике понятие «формат» выступает в таких значениях, как вид или тип СМИ, способ подачи контента, состав какого-либо собрания, вид коммуникационного канала, технология общения с аудиторией, жанр произведения, а также как тематика, размер и хронометраж передачи, вид телепродукции и др. Несмотря на подобную многозначность, можно заключить, что понятие «формат» относится к сфере экономики и рыночных отношений, связано с потребностями аудитории (т. е. с идеей адресата), определяет место информационных продуктов в процессе коммуникации; – иными словами, формат является внешней, структурной характеристикой журналистского текста.

Также стоит отметить связь категории «формат» с конкретным массово-информационным ресурсом, на что указывает ряд теоретиков. Так, формат журналистского произведения обусловлен типом *данного* СМИ, каналом его распространения, объемом и полиграфическим форматом издания (в случае аудиовизуальных СМИ – хронометражем), его периодичностью, спецификой оформления, редакционной политикой и сложившимися внутри редакции нормами и традициями, особенностями аудитории, а также другими, присущими лишь данному изданию чертами.

## **1.2. Лонгрид как журналистское произведение**

В этом параграфе мы остановимся на истории возникновения лонгрида и существующих теоретических подходах к нему, признаках жанра и формата в лонгриде как произведении журналистики.

Термин «лонгрид», произошедший от английского «longread» или «longform» (что дословно переводится как «длинное чтение», «длинная

форма)), означает – в наиболее общем понимании – объемный журналистский материал, который, в отличие от короткой новости или заметки, предполагает глубокое, длительное прочтение. Это слово плотно вошло в отечественную и западную теорию журналистики несколько лет назад, в 2012-м году, после того, как известное американское издание «Нью-Йорк Таймс» («New York Times») выпустило материал под названием «Снегопад: Лавина в Проходе Крик»<sup>51</sup> («Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek») – первый подобный проект в мире. В целом, публикация представляет из себя объемную журналистскую историю, воплощенную посредством включения в основной текст большого числа мультимедийных элементов и повествующую о группе лыжников и сноубордистов, которые попали в снежную лавину в Каскадных горах на северо-западе США. По своему внешнему виду, форме, общей структуре и композиции – как утверждают исследователи массмедиа А.А. Галустян и Д.Ю. Кульчицкая – проект «сильно отличался» от того, что онлайн-редакция «Нью-Йорк-Таймс» делала ранее: так, различные мультимедийные элементы, параллакс-эффект до этого применялись лишь в видеоиграх и презентациях; «Нью-Йорк Таймс» стала первым СМИ, которое перенесло такую технику в медийную сферу»<sup>52</sup>. Публикация имела заметный успех у аудитории (за шесть дней с момента выхода количество просмотров достигло отметки в 3,5 миллиона<sup>53</sup>), что привело к появлению подобных проектов в других западных – а затем и отечественных – СМИ и дальнейшему закреплению за текстами такого рода названия «лонгрид».

---

<sup>51</sup> Branch J. The Snowfall. The Avalanche at Tunnel Creek // The New York Times. 2012. <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>. Дата обращения: 17.12.2016.

<sup>52</sup> Галустян А.А., Кульчицкая Д.Ю. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новый медиа изменили журналистику 2012-2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной (совместное издание с Гуманитарным университетом). 2016. <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/>. Дата обращения: 23.12.2016.

<sup>53</sup> Duenes S., Kissane E., Kueneman A., Myint J., Roberts G., Spangler C. How We Made Snow Fall: A Q&A with the New York Times team // OpenNews Project. 2013. <https://source.opennews.org/articles/how-we-made-snow-fall/>.

Таким образом, перешедший в отечественную теорию и практику из англоязычной журналистики термин «лонгрид» уже несколько лет широко используется для обозначения публикаций определенного рода, в то время как сами лонгриды стали привычным явлением как для зарубежных, так и для российских СМИ. Тем не менее, общепринятого, универсального подхода к лонгриду как журналистской категории научное сообщество пока не выработало: на сегодняшний день он трактуется и как новый жанр, и как новый формат, и как новая форма выражения очеркового жанра. Рассмотрим данные теоретические подходы более подробно.

**Лонгрид как новый жанр.** Как новый жанр журналистики лонгрид определяют такие отечественные медиаисследователи, как А.В. Колесниченко, М.И. Бондаренко и В.В. Витвинчук. Их аргументация базируется на детальном анализе журналистских произведений (которые, согласно гипотезе авторов, можно было бы отнести к лонгриду) с целью выявления общих для них закономерностей и признаков (жанрообразующих), присущих именно лонгриду и отличающих его от других жанров. Рассмотрим подходы теоретиков.

Так, А.В. Колесниченко выделяет следующие жанрообразующие признаки журналистских текстов: предмет отображения, цель творчества, метод исследования материала, широта отображения действительности, выразительно-изобразительные средства, отношение автора к описываемому предмету, вид творчества, а также объем текста. В соответствии с этим, опираясь на проведенный контент-анализ и мониторинг СМИ, автор определяет жанровые характеристики лонгрида.

К ним он относит, во-первых, глубокое и длительное исследование темы, ее исчерпывающее раскрытие; при этом в процессе работы над лонгридом журналист «должен достичь экспертного понимания темы»<sup>54</sup>. «Глубина погружения проявляется и в количестве источников информации, использованных при подготовке материала, и в количестве примеров,

---

<sup>54</sup> Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. № 1. <http://www.mediascope.ru/node/1691>. Дата обращения: 20.12.2016.

подтверждающих заявленный тренд, и в информативности текста, когда большой объем сочетается с высокой плотностью смысла, – отмечает А.В. Колесниченко. – Именно глубину погружения в тему, качество собранной информации следует считать главной жанровой характеристикой лонгрида»<sup>55</sup>. (Здесь, на наш взгляд, речь идет о таком жанрообразующем признаке, как метод исследования материала).

Во-вторых, особенность или системность темы. Тема лонгрида, как правило, выходит за пределы одного конкретного случая или ситуации и описывает либо «новое явление, тренд, значимое изменение в обществе, ... либо системное расследование происходящего в какой-то сфере». (Жанрообразующий признак – предмет отображения).

И в-третьих, большой объем текста в сочетании с высокой информативностью и смысловой насыщенностью»<sup>56</sup>.

К отличительным характеристикам лонгрида как нового журналистского жанра исследователи СМИ М.И. Бондаренко и В.В. Витвинчук – помимо значительного объема и глубины раскрытия темы, о которых уже шла речь выше, – также относят мультимедийность и нестандартностью подачи материала: «Лонгрид – это объемный мультимедийный проект, отличающийся глубиной раскрытия темы и нестандартностью подачи материала»<sup>57</sup>. Остановимся на этих двух характеристиках.

Определяя лонгрид как именно мультимедийный проект, М.И. Бондаренко и В.В. Витвинчук называют главной чертой качественного лонгрида «характерный «wow-эффект»: лонгрид должен поражать технологической изощренностью, конвергенцией коммуникационных каналов и богатством визуальной составляющей»<sup>58</sup>.

---

<sup>55</sup> Там же.

<sup>56</sup> Там же.

<sup>57</sup> Бондаренко М.И., Витвинчук В.В. Лонгрид как новый жанр отечественной журналистики // NovaInfo.ru. 2016. № 46. <http://novainfo.ru/article/6230>. Дата обращения: 13.12.2016.

<sup>58</sup> Там же.

Существует и другая точка зрения. Так, А.В. Колесниченко мультимедийность и иллюстративность жанрообразующими характеристиками лонгрида не считает. Соглашаясь с тем, что в отечественной и зарубежной практике лонгриды действительно принято сопровождать «большим количеством иллюстраций, чем материалы многих других жанров», исследователь все же подчеркивает: «Лонгрид останется лонгридом, даже если материал будет представлять собой только текст без иллюстраций»<sup>59</sup>. Свою позицию он доказывает следующим аргументом: с использованием мультимедиа могут быть поданы тексты разных жанров. Автор также добавляет: «...облегчение восприятия текстовой информации с помощью иллюстративности в прессе и мультимедийности в Интернете – тренд последних 10–20 лет. При этом, если в содержательном плане материал ничем не выделяется, ожидать повышенного интереса к нему только благодаря использованию мультимедиа стоит едва ли. Даже при качественном и оригинальном мультимедийном сопровождении материала интерес может возникнуть именно к этому сопровождению, а не к тексту, и, в лучшем случае, будет «длительный просмотр», а не «длительное прочтение»<sup>60</sup>.

Однако, на наш взгляд, с приведенным выше выводом исследователя СМИ А.В. Колесниченко относительно мультимедийности лонгрида нельзя согласиться. Мы считаем, что цель введения мультимедиа состоит не столько в «облегчении восприятия информации» (о чем пишет автор), сколько в передаче информации как таковой, а также увеличении общей смысловой насыщенности произведения. С нашей точки зрения, от других журналистских жанров лонгрид отличается именно тем, что значительный объем информации в нем доносится до аудитории посредством мультимедийных элементов разных видов, а само произведение – в целом – представляет собой органичное, логичное и неразрывное соединение текстовых фрагментов с элементами мультимедиа: так,

---

<sup>59</sup> Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. № 1. <http://www.mediascope.ru/node/1691>. Дата обращения: 20.12.2016.

<sup>60</sup> Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. № 1. <http://www.mediascope.ru/node/1691>. Дата обращения: 20.12.2016.

сочетающиеся в лонгриде текст и мультимедиа рожают единую ткань повествования. То есть, по нашему мнению, если из конкретного лонгрида исключить определенный вид мультимедиа (допустим, все фотографии или все аудио-фрагменты), смысловая ценность всего произведения снизится, а отдельные части истории или причинно-следственные связи могут и вовсе остаться непонятыми для читателя. Поэтому мы будем придерживаться позиции исследователей СМИ М.И. Бондаренко и В.В. Витвинчука, считающих мультимедийность отличительной характеристикой лонгрида как нового жанра.

Другую специфическую черту лонгрида, выделяемую М.И. Бондаренко и В.В. Витвинчуком, – нестандартность подачи материала – мы в данной выпускной квалификационной работе не будем рассматривать как жанровую. С нашей точки зрения, нестандартность – другими словами, оригинальность, самобытность – является качеством, которым может обладать автор данного лонгрида (равно как и материала любого другого жанра), а не сам лонгрид как произведение и не все лонгриды вообще; т. е. речь здесь идет об индивидуальной творческой манере журналиста.

Таким образом, к отличительным характеристикам лонгрида как нового жанра различные медиаисследователи относят: системность или особенность темы – ей может стать как новое явление или изменение в обществе, так и системное расследование происходящего какой-либо из его сфер; глубину погружения в тему и ее исчерпывающее раскрытие, что, в частности, проявляется в количестве использованных при подготовке материала источников информации, а также в количестве примеров, подтверждающих заявленный тренд; значительный объем текста в сочетании с высокой информативностью и смысловой насыщенностью; мультимедийность и «характерный «wow-эффект», под которым подразумевается «технологическая изощренность, конвергенция коммуникационных каналов, богатство визуальной составляющей»<sup>61</sup>. Подчеркнем, что все упомянутые выше черты

---

<sup>61</sup> Бондаренко М.И., Витвинчук В.В. Лонгрид как новый жанр отечественной журналистики // NovaInfo.ru. 2016. № 46. <http://novainfo.ru/article/6230>. Дата обращения: 13.12.2016.

относятся к самому журналистскому произведению, т. е. являются его внутренними, содержательными характеристиками (исключение составляет мультимедийность, которая имеет отношение и к форме, и к содержанию). Еще одной жанровой характеристикой лонгрида некоторые теоретики называют нестандартность подачи материала, однако, на наш взгляд, такая черта, как оригинальность, нестандартность может отличать конкретного автора, его индивидуальную творческую манеру, а не все произведения отдельно взятого жанра.

**Лонгрид как новый формат.** Бóльшая часть отечественных медиаисследователей считает лонгрид новым форматом подачи контента, преимущественно – в онлайн-среде (среди них отметим М.Н. Булаеву, А.А. Галустяна, Д.Ю. Кульчицкую, В.М. Латенкову, О.Р. Самарцева, М.Е. Аникину, А.С. Сумскую). Главный аргумент данной группы исследователей заключается в том, что, по их мнению, в формате лонгрида могут найти воплощение разные журналистские жанры и их элементы. Лонгрид – «это ни в коей мере не новый жанр, он работает благодаря тому, что облекает любой жанр в привлекательную и технологичную «упаковку» в Сети», – утверждают В.М. Латенкова и О.Р. Самарцев<sup>62</sup>, отмечая «потенциальную многожанровость» формата «лонгрид». То есть, как мы и заключили в предыдущем параграфе, «формат» является более широкой, внешней по отношению к произведению категорией, которая включает в себя понятие «жанр», определяющее, в свою очередь, внутренние характеристики текста. Описывая технологию подготовки лонгрида, А.А. Галустян и Д.Ю. Кульчицкая, в частности, отмечают, что выбор жанра, в котором будет воплощен «стержневой элемент истории» (то есть текст), является следующим шагом после определения темы: «Нужно определить, ... будет ли это репортаж с большим количеством наглядных эпизодов, очерк с упором на какую-то

---

<sup>62</sup> Латенкова В.М. Самарцев О.Р. Методические и творческие проблемы обучения технологии «лонгрида» в практике подготовки журналистов // «Век информации» №2. СПб.: С.-Петербург. ун-т, И-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаци». 2016. [http://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1461579769\\_3584.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1461579769_3584.pdf). Дата обращения: 25.12.2016.

человеческую историю или интервью»<sup>63</sup>. При этом, по мнению исследователей, одни жанры (например, репортаж, очерк или корреспонденция) лучше поддаются воплощению в формате лонгрида, а другие (интервью или аналитическая статья) – хуже. Жанры информационной группы, считают А.А. Галустян и Д.Ю. Кульчицкая, не могут быть представлены в этом формате по двум объективным причинам. Во-первых, функциональная направленность таких текстов – освещение актуальных событий, в то время как лонгрид не обязательно посвящен тому, что происходит здесь и сейчас. Во-вторых, объем информационных текстов, как правило, небольшой, тогда как лонгрид основан на глубокой проработке темы и всестороннем ее освещении, а потому не может не предполагать объемный текст<sup>64</sup>.

Некоторые медиаисследователи, также называющие лонгрид новым форматом, при аргументации своей позиции, на наш взгляд, ошибочно руководствуются внутренними, содержательными характеристиками произведения, а не особенностями его формы – т.е. признаками жанра, а не формата. Так, называя лонгрид новым *форматом* и отмечая, что данный термин описывает, в первую очередь, структурные особенности медиапродукта, М.Н. Булаева относит к ним значительный объем, особый способ построения – мультимедийное нарративное изложение, наличие всего многообразия аудиовизуальных и графических средств, публикацию материала на отдельной веб-странице<sup>65</sup>. Однако на наш взгляд, упомянутые автором отличительные черты – за исключением публикации на отдельной веб-странице – являются не внешней характеристикой произведения, а внутренней: т. е. в действительности

---

<sup>63</sup> Галустян А.А., Кульчицкая Д.Ю. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новый медиа изменили журналистику 2012-2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной (совместное издание с Гуманитарным университетом). 2016. <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/>. Дата обращения: 23.12.2016.

<sup>64</sup> Там же.

<sup>65</sup> Булаева М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник. Национальный исследовательский Томский государственный университет. 2015. № 4. Стр. 121-123. <http://elibrary.ru/download/51416757.pdf>. Дата обращения: 13.12.2016.

являются *признаками жанра, а не формата* (как утверждает М.Н. Булаева). Другой теоретик СМИ – М.Е. Аникина, также называющая лонгрид новым форматом, отмечает, что «мультимедийность и глубокая проработка одной темы, рассказанной содержательно и интересно, отличает лонгрид от всех других длинных текстов»<sup>66</sup>. Однако с нашей точки зрения, данные характеристики, опять же, являются *чертой жанра, а не формата* (впрочем, мультимедийность, как уже было сказано нами выше, имеет отношение и к содержанию, и к форме произведения).

**Лонгрид как новая форма очерка.** Несколько иного подхода к лонгриду придерживаются исследователи массмедиа А.А. Золотухин и Ю.Н. Мажарина. Они идентифицируют лонгриды как очерки, отмечая, что сегодня в западной теории и практике терминами «longform» и «longread» («журналистика длинной формы») именуют то же, что «в теории отечественной журналистики называлось художественной публицистикой»<sup>67</sup>. Одним из ее жанров является очерк – популярный в советское время, однако ушедший со страниц газет в конце прошлого века. «Так, может, очерк, который в 90-е годы плохо приспособивался к серьезным изменениям в журнализме, сегодня возрождается в новой форме? Может, лонгрид – это и есть очерк XXI века? Он вернулся и прекрасно чувствует себя в сети!»<sup>68</sup>, – к такому выводу приходят исследователи.

Характеризуя лонгрид новую форму очерка, авторы отмечают, что «в жанровом смысле лонгриды могут быть не только очерками, но и корреспонденциями, статьями, журналистскими расследованиями»<sup>69</sup>. То есть,

---

<sup>66</sup> Аникина М.Е., Ермошкина Т.А., Исаков Д.З., Кобзев М.В. и др. Восприятие длинных текстов поколением «цифровых островитян» // Медиаскоп. 2016. Вып. 1. <http://mediascope.ru/?q=node/2089>. Дата обращения: 15.12.2016.

<sup>67</sup> Золотухин А.А., Мажарина Ю.Н. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 2. <http://elibrary.ru/download/15881478.pdf>. Дата обращения: 17.12.2016.

<sup>68</sup> Там же.

<sup>69</sup> Там же.

по сути, А.А. Золотухин и Ю.Н. Мажарина пишут о том же, что и упомянутые нами выше исследователи, и рассматривают лонгрид не как жанр, а как *формат*, точнее – мультимедийный формат классических жанров журналистики, в который чаще всего «упакован» именно очерк.

Отождествляя лонгрид с очерком, А.А. Золотухин и Ю.Н. Мажарина отмечают, что он, как и очерк в свое время, «предлагает читателю не просто чтение, но целый опыт переживаний» (данную черту можно условно обозначить как полное погружение в тему, создание эффекта присутствия); исследует «глубинные закономерности общественных процессов, включая бытие отдельной личности»; и, как следствие, характеризуется значительным объемом<sup>70</sup>. Здесь исследователи, на наш взгляд, перечисляют внутренние, содержательные свойства произведения, т.е. признаки *жанра*, а не формата.

Отметим также, что, рассматривая лонгрид как журналистское произведение, авторы выделяют два его типа: традиционный, который включает в себя лишь разбитый на блоки текст и статичные иллюстрации, и мультимедийный, подразумевающий более сложную организационную структуру. Мультимедийные лонгриды, по мнению А.А. Золотухина и Ю.Н. Мажариной, отличает прежде всего «мультиконтентная форма повествования (единство текста, фотографий, видео, звука, инфографики)» (данные элементы могут характеризоваться интерактивностью)<sup>71</sup>. Кроме того, как отмечают авторы, мультимедийным лонгридам присущ современный дизайн: «Тонны информации красиво визуальны упакованы. Читателю остаётся лишь скроллить страницу, и на ней автоматически подгружаются наряду с текстом фотографии, видео, инфографика, 3-D панорамы. Это позволяет создать эффект полного присутствия»<sup>72</sup>. Перечисленные выше особенности лонгрида, выделяемые

---

<sup>70</sup> Там же.

<sup>71</sup> Золотухин А.А., Мажарина Ю.Н. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 2. <http://elibrary.ru/download/15881478.pdf>. Дата обращения: 17.12.2016.

<sup>72</sup> Там же.

А.А. Золотухиным и Ю.Н. Мажариной, на наш взгляд, являются уже чертами *формата*, поскольку описывают внешние свойства произведения, его форму (мультимедийность имеет отношение и к содержанию).

Таким образом, анализируя лонгрид как журналистское произведение, исследователи СМИ А.А. Золотухин и Ю.Н. Мажарина выделяют, с нашей точки зрения, как черты *жанра* – т.е. содержания (полное вовлечение читателя в тему, глубинное исследование общественных процессов, значительный объем, мультимедийность – иногда в сочетании с интерактивностью отдельных элементов), так и черты *формата* – т.е. формы произведения (современный дизайн, мультимедийность и интерактивность).

Итак, на сегодняшний день лонгрид является относительно новым видом произведения в журналистике, и единого теоретического подхода к нему пока не существует: современные исследователи СМИ трактуют его и как жанр, и как формат. К отличительным характеристикам лонгрида как нового *жанра* теоретики относят особенность или системность темы, глубокое и длительное исследование темы с использованием большого количества источников информации, а также ее исчерпывающее раскрытие, значительный объем текста, нестандартность подачи материала (данную черту мы в нашем исследовании рассматриваем как качество, отличающее индивидуальную творческую манеру самого автора, а не отдельное произведение или все произведения этого жанра, в целом), а также мультимедийность. Перечисленные выше особенности лонгридов, выделяемые медиаисследователями, характеризуют журналистское произведение с внутренней стороны. Исключение составляет мультимедийность: она, с нашей точки зрения, является как чертой жанра – т.е. содержания произведения, так и чертой формата – т.е. его формы. К отличительным характеристикам лонгрида как *формата* теоретики относят публикацию на отдельной веб-странице, современный дизайн, мультимедийность и интерактивность. Однако некоторые медиаисследователи, называющие лонгрид именно форматом, при

аргументации своей позиции – на наш взгляд – ошибочно руководствуются внутренними особенностями произведения, т.е. признаками жанра, а не формата.

## Глава 2. Структурно-содержательные особенности лонгридов «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH»

Итак, в первой главе данной выпускной квалификационной работы мы, опираясь на существующие теоретические работы, выделили четыре характеристики лонгрида как нового журналистского жанра. К ним относятся: особенность или системность темы, глубина погружения в тему, значительный объем, мультимедийность. Важно обозначить, что первые три из них являются исключительно внутренними особенностями произведения, в то время как четвертая характеристика – мультимедийность – лежит на стыке понятий жанра и формата журналистики. С одной стороны, она имеет прямое отношение к *содержанию* лонгрида: мультимедиа – это, по сути, способ представления информации, к которому прибегает журналист современной конвергентной редакции, чтобы донести информацию до аудитории. С другой стороны, от наличия определенных мультимедийных элементов зависит *форма* лонгрида, его внешние параметры: то, каким образом он будет сверстан, как будет размещен на веб-странице издания, будет ли открываться в отдельном окне и т.д.

Исходя из этого, нам видится логичным условно разделить практическую часть на две составляющие: в первой мы рассмотрим *содержательные особенности лонгридов*, во второй – подробно остановимся на *специфике их мультимедийной структуры*.

Для нашего исследования мы выбрали два СМИ – «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH». Отметим, что онлайн-версии обоих изданий содержат специальный раздел, где публикуются лонгриды. Мы проанализировали все материалы данного раздела, вышедшие за 2016 год: 7 лонгридов «Нью-Йорк Таймс» (41 900 слов) и 18 – «RBTH» (35 518 слов); итого – 25 материалов (77 418 слов).

## 2.1. Содержательные особенности лонгридов

Для того, чтобы выявить содержательные особенности лонгридов в изданиях «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» – особенности темы лонгридов и глубину погружения в нее автором, характер объема публикаций – мы разработали методику анализа, включающего в себя шесть параметров. Далее кратко поясним, что мы подразумеваем под каждым из них.

**1) Предмет отображения** – та часть объективной действительности, о которой в публикации идет речь.

**2) Сфера общества**, к которой относится предмет: экономическая, политическая, социальная или культурная.

**3) Страна**, с которой связан исследуемый предмет.

**4) Источники информации**, к которым обращался автор при подготовке материала: документы, другие СМИ, очевидцы, эксперты, официальные лица, личные наблюдения или результаты эксперимента.

**5) Методы**, посредством которых журналист отображает действительность в произведении. Во-первых, это методы рационального познания: проработка документов, наблюдение, эксперимент, а также интервью, беседа или опрос (три последних для удобства анализа мы рассматривали совместно). Во-вторых, теоретические методы, к которым можно отнести, в частности, анализ и синтез, умозаключение, выдвижение гипотезы, метод историзма, логический метод и т.д. (теоретические методы мы в нашем исследовании по отдельности не рассматривали, отмечая сам факт применения их автором). И, в-третьих, это художественные методы, из всей совокупности которых для анализа мы выделили психологизм, художественную реконструкцию событий и художественное обобщение, а также использование образно-экспрессивного языка.

**6) Объем материала.** Под этой характеристикой мы имеем в виду объем всей текстовой информации, которую включает в себя «тело» лонгрида: т.е. все заголовки и подзаголовки, подписи к мультимедийным элементам, текст

навигационной панели и т.д. Для удобства восприятия объем выражен в количестве слов.

Анализ публикаций «Нью-Йорк Таймс» и «RVTH» по первым трем обозначенным выше параметрам – предмет отображения, сфера общества, страна – позволит нам выявить *особенность темы* лонгридов (первый жанровый признак). Рассмотрение методов отображения и источников информации – *глубину погружения* автором в тему (второй жанровый признак). А критерий *объема* материала – это третья жанровая характеристика лонгрида, выделяемая теоретиками.

Сперва остановимся на *особенностях темы* лонгридов.

В качестве предмета отображения в публикациях «Нью-Йорк Таймс» и «RVTH» в большинстве случаев выступает какой-либо общественный *феномен*. С одной стороны, это может быть новое, необычное, нетипичное явление, вызывающие у незнакомого с ним человека чувство непонимания или удивления; с другой стороны – напротив: уникальная, присущая лишь данному обществу, стране, региону и т.д. особенность. Так, предметом отображения в одном из лонгридов<sup>73</sup> «Нью-Йорк Таймс» стал феномен резкого увеличения количества заключенных в «белых», фермерских, политически консервативных регионах США, в то время как общее число людей в американских тюрьмах за последние годы значительно сократилось. А в другом материале<sup>74</sup> исследуется глубокая вовлеченность фермерского населения Айовы в политический процесс, представляющая собой образец демократии. Такое поведение, на наш взгляд, может вызвать непонимание у зарубежной аудитории, в то время как среди жителей США – считаться вполне обыденным, типичным, характерным.

Отметим, что, как показал анализ, уникальные черты российского общества в целом, нашего национального характера, природы, культуры,

---

<sup>73</sup> Keller J., Pearce A. This small Indiana county sends more people to prison than San Francisco and Durham, N.C., combined. Why? // The New York Times. <https://www.nytimes.com/2016/09/02/upshot/new-geography-of-prisons.html>. Дата обращения: 16.03.2017.

<sup>74</sup> Buchanan L., McDonald B., Parlapiano A. Rural Voters Can Swing the Iowa Caucuses. Meet Five of Them // The New York Times. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/01/28/us/elections/rural-iowa-election.html>. Дата обращения: 15.03.2017.

истории, русские традиции и обычаи – самый распространенный предмет отображения в лонгридах «RBTH». Эту тенденцию мы связываем со спецификой проекта: издание пишет, прежде всего, о России для зарубежной аудитории; является источником так называемого российского взгляда на происходящие в мире общественно-политические события. В качестве подтверждения данного тезиса приведем темы трех публикаций «RBTH»: бал как феномен русской культуры<sup>75</sup>, искусство русской иконописи<sup>76</sup>, поезда дальнего следования как специфическая реалья нашего общественно-культурного пространства<sup>77</sup>. Подобные культурно-познавательные темы авторы «RBTH» часто преподносят через образ конкретного человека, его личную историю, опыт, впечатления. Так, например, сибирский заповедник «Столбы» как уникальное, специфическое место работы и жизни открывается нам посредством рассказа о его обитателе – леснике по профессии, его повседневном укладе, обязанностях<sup>78</sup>. А об Агинском дацане в Забайкальском регионе журналисту «RBTH» повествует сам лама – и, по совместительству, фотограф и путешественник, – знающий об особенностях жизни в буддийском монастыре изнутри<sup>79</sup>. Отметим, что темы упомянутых нами выше лонгридов, близких по своей сути к портретным очеркам, также относятся к разряду общественно-культурных феноменов – а личность служит проводником, посредством которого этот феномен раскрывается.

---

<sup>75</sup> Galayda A. Russia's 5 best-known ballets // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/5-russian-ballets/>. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>76</sup> Osipova I. How to read and comprehend a Russian icon // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/Russian\\_icons/](http://rbth.com/longreads/Russian_icons/). Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>77</sup> MacDonald B. Why Russia could put night trains back on the rails in Europe // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/politics\\_and\\_society/2016/11/05/why-russia-could-put-night-trains-back-on-the-rails-in-europe\\_644159](http://rbth.com/politics_and_society/2016/11/05/why-russia-could-put-night-trains-back-on-the-rails-in-europe_644159). Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>78</sup> Varlamova D. Living to dance, dancing to live: The Russian ball, a cultural phenomenon // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/russian\\_balls/](http://rbth.com/longreads/russian_balls/). Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>79</sup> Gruzdeva A. Aginsky Datsan: The house of ringing bells // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/aginsky-datsan/>. Дата обращения: 17.03.2017.

Также темой лонгридов в исследуемых изданиях часто становится какой-либо длительный *процесс* (например, в тексте<sup>80</sup> «Нью-Йорк Таймс» – влияние климатических изменений на жизнь коренного населения Боливии) или же *тренд* (так, в материале<sup>81</sup> «RBTH» речь идет о причинах крайне высокой популярности мультсериала «Маша и Медведь», ставшего трендовым как в России, так и за рубежом).

Анализ показал, что *системное расследование* происходящего в какой-либо из общественных сфер становится предметом более объемных, информационно насыщенных лонгридов «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» (в качестве таковых мы в нашем исследовании рассматривали материалы объем не менее 1500 слов). Так, нами было обнаружено семь лонгридов, темой которых стало системное расследование в одной из областей жизни общества – и шесть из них являются, по нашему определению, объемными. Показательным примером является публикация «Что скрывают массовые захоронения Нью-Йорка»<sup>82</sup> – расследование о городском кладбище на острове Харт-Айленд, где за последние 150 лет в общих могилах было похоронено свыше миллиона человек (7488 слов; при этом средний объем текстовой информации в проанализированных нами лонгридах составляет 4468 слов). К категории системного расследования относится, в частности, и такая общественно-политическая тема, как российская военная кампания в Сирии<sup>83</sup> (1946 слов).

---

<sup>80</sup> Casey N. Climate Change Claims a Lake, and an Identity // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/07/07/world/americas/bolivia-climate-change-lake-poopo.html>. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>81</sup> Ustinova N. How Russian animation «Masha and the Bear» won the hearts of the world // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/masha\\_and\\_bear/](http://rbth.com/longreads/masha_and_bear/). Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>82</sup> Bernstein N. Unearthing the Secrets of New York's Mass Graves // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/05/15/nyregion/new-york-mass-graves-hart-island.html>. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>83</sup> Yegorov O. Russia in Syria one year on: What has been achieved? // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/russia\\_in\\_syria/](http://rbth.com/longreads/russia_in_syria/) Дата обращения: 17.03.2017.

Проведенное исследование показало, что, хотя в лонгридах «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» зачастую исследуются условно длительные, устойчивые явления – тренды, процессы, феномены (это верно для 20 из 25 публикаций), – в качестве самостоятельной темы тоже могут рассматриваться конкретный *случай* или *ситуация* (нами обнаружено, соответственно, 5 примеров). Так, в материале «Как разворачивался один из наиболее трагичных эпизодов хаджа»<sup>84</sup> предметом отображения стало все же не само явление паломничества в Мекку, а именно хадж 2015 года, унесший рекордное количество жизней. Однако предпринятый журналистами «Нью-Йорк Таймс» анализ конкретного случая – гибели, по неофициальным данным, почти 2,5 тысяч паломников – позволяет сделать более общие, системные выводы о таком феномене, как паломничество: его опасностях, трудностях его организации и регулирования. Аналогичный пример находим и в издании «RBTH»: так, тема лонгрида «Сибирская «чума»<sup>85</sup> – произошедшая в Ямало-Ненецком автономном округе летом 2016 года вспышка сибирской язвы (т.е. конкретная ситуация); однако из экспертных мнений читатель может многое узнать как об истории опасного инфекционного заболевания, так и о дальнейших перспективах и путях борьбы с ним.

Распространенным предметом отображения в лонгридах «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» также является *событие* – более или менее масштабное. Так, в одном из лонгридов «Нью-Йорк Таймс»<sup>86</sup> речь идет о завершении масштабной реконструкции Панамского канала. А предметом лонгрида «RBTH» «Драгоценности для Толстого: российские ювелирные украшения в новой

---

<sup>84</sup> Almukhtar S., Watkins D. How One of the Deadliest Hajj Accidents Unfolded // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/09/06/world/middleeast/2015-hajj-stampede.html>. Дата обращения: 16.03.2017. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>85</sup> Akkhangelskaya S. The Siberian plague // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/siberian\\_plague/](http://rbth.com/longreads/siberian_plague/). Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>86</sup> Williams J. The New Panama Canal: A Risky Bet // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/22/world/americas/panama-canal.html>. Дата обращения: 17.03.2017.

экранизации «Войны и мира» «Би-Би-Си»<sup>87</sup> стало событие менее значительное: создание коллекции ювелирных украшений для нового сериала, снятого по роману русского классика. Отметим, что одна из проанализированных нами публикаций<sup>88</sup> «RBTH» имеет дело не с одним, а целой серией событий (всего – 16): данный материал представляет из себя фото-обзор наиболее значимых для России эпизодов 2016 года.

Итак, мы рассмотрели, какие реалии окружающей действительности становятся предметами отображения лонгридов в изданиях, выбранных нами для анализа. Проведем некоторое обобщение и отметим, что данные предметы относятся к разным сферам общества: политике, экономике, культуре, социальной сфере.

Анализ также показал, что предмет, исследуемый журналистами в значительных по объему (не менее 1500 слов) мультимедийных лонгридах «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» в большинстве случаев имеет отношение сразу к нескольким общественным сферам: это верно для 10 из 16 публикаций, отнесенных нами к категории «объемных». В частности, предмет публикации «Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом»<sup>89</sup> мы относим и к экономике, и к социальной сфере, и к культуре, поскольку речь в материале идет и о «воздушном» пространстве как новой, специфической среде обитания человека, и о влиянии современного строительства на экономику города и окружающую среду, и о самих жителях небоскребов. Ко всем четырем сферам общества

---

<sup>87</sup> Khantsevich O. Gems for Tolstoy: Russian jewelry stars in new BBC adaptation of «War and Peace» // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://war-and-peace.rbth.com/>. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>88</sup> Sinelschikova E. 2016 in pictures: A nerve-racking year for Russia // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/2016\\_in\\_pictures/](http://rbth.com/longreads/2016_in_pictures/). Дата обращения: 7.05.2017.

<sup>89</sup> Silverstein J. The New York issue. 800 feet above the city // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/05/magazine/new-york-life.html#/man-on-spire-man-on-spire-world-trade-center-climb-jimmy-chin>. Дата обращения: 8.05.2017.

предмет отображения относится лишь в одном из рассмотренных нами лонгридов («2016 в фотографиях: тревожный год для России»<sup>90</sup>)

Отметим, что в большей части лонгридов «Нью-Йорк Таймс» (а именно, в четырех из семи текстов) предмет отображения связан с США; три других материала относятся к разряду международных (так, действие разворачивается в Боливии<sup>91</sup>, Панаме<sup>92</sup> и Саудовской Аравии<sup>93</sup>). Это мы объясняем тем, что «Нью-Йорк Таймс» – американское издание с давними традициями, которое создавалось как национальное СМИ. Исходя из этого, нам видится логичным, что в большей части лонгридов речь идет именно об этой стране. Впрочем, издание давно переросло концепцию национального СМИ, став международным: на сегодняшний день посещаемость сайта составляет свыше 70 миллионов уникальных пользователей в месяц<sup>94</sup>. Следовательно, логично, что оно освещает события, происходящие в разных регионах мира и опирается, в первую очередь, на критерий актуальности, значимости, а не на географический фактор. «RBTH» же, в свою очередь, главным образом освещает события и темы, происходящие в России и связанные с ней, что следует из концепции и общей направленности СМИ – о России для иностранцев (на этом мы уже останавливались выше).

---

<sup>90</sup> Sinelschikova E. 2016 in pictures: A nerve-racking year for Russia // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/2016\\_in\\_pictures/](http://rbth.com/longreads/2016_in_pictures/). Дата обращения: 4.05.2017.

<sup>91</sup> Casey N. Climate Change Claims a Lake, and an Identity // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/07/07/world/americas/bolivia-climate-change-lake-poopo.html>. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>92</sup> Williams J. The New Panama Canal: A Risky Bet // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/22/world/americas/panama-canal.html>. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>93</sup> Almukhtar S., Watkins D. How One of the Deadliest Hajj Accidents Unfolded // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/09/06/world/middleeast/2015-hajj-stampede.html>. Дата обращения: 16.03.2017.

<sup>94</sup> Washington Post visitors decline while New York Times keeps its lead // Business Insider. 2016. <http://uk.businessinsider.com/washington-post-visitors-decline-while-new-york-times-keeps-its-lead-2016-5?r=US&IR=T>. Дата обращения: 04.05.2017.

Проанализировав особенности тем лонгридов в изданиях «Нью-Йорк Таймс» и «RVTH», остановимся на *глубине их исследования*. Для этого рассмотрим источники информации и методы отображения, к которым обращались авторы при подготовке материалов.

Напомним, что в данной выпускной квалификационной работе в качестве источников информации мы рассматривали документы и другие СМИ, личные наблюдения и результаты эксперимента, очевидцев и экспертов, а также официальных лиц. Таким образом, максимальное число возможных источников информации – семь. Анализ показал, что среднее количество источников в исследуемых нами лонгридах составляет 2,8. Чаще всего авторы в ходе работы над публикацией обращались к трем источникам (это верно для 40% лонгридов). Максимальное число задействованных источников – шесть – обнаружено лишь в одном из лонгридов («Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом»)<sup>95</sup>. Минимальное число источников – один – выявлено в четырех публикациях (все из них – в издании «RVTH»).

В качестве методов, посредством которых журналист отображает действительность, мы в нашем исследовании рассматривали проработку документов, наблюдение, эксперимент, интервью (а также беседу или опрос), психологизм, использование образно-экспрессивного языка, художественную реконструкцию событий и художественное обобщение, теоретические методы – в целом. Таким образом, максимальное число возможных методов отображения – девять. Анализ показал, что среднее количество методов в исследуемых нами лонгридах составляет 3,6. Чаще всего авторы в ходе работы над публикацией обращались к трем методам (это верно для 36% лонгридов). Максимальное число задействованных методов – семь – обнаружено лишь в одном из лонгридов (также – «Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом»<sup>96</sup>).

---

<sup>95</sup> Silverstein J. The New York issue. 800 feet above the city // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/05/magazine/new-york-life.html#/man-on-spire-man-on-spire-world-trade-center-climb-jimmy-chin>. Дата обращения: 8.05.2017.

<sup>96</sup> Там же.

Минимальное число источников – два – выявлено в четырех публикациях (все из них – также в издании «RBTH»).

Таким образом, анализ показал, что в большинстве случаев журналисты «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» в ходе подготовки лонгридов обращаются к трем источникам информации (всего нами выделено семь), а также трем методам отображения действительности (из девяти возможных). Полученные данные, на наш взгляд, свидетельствуют о значительной степени погружения авторов изданий в тему своего исследования.

Отметим также, что, по нашему наблюдению, тема в лонгриде – это тот фактор, который подчиняет себе все остальные его содержательные характеристики. То есть, сам характер выбранной журналистом темы определяет необходимость более или менее глубокого ее исследования, в частности, количество использованных при этом источников информации и методов отображения действительности. Выше мы обозначили, что в большей части лонгридов «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» (а именно, в 20 из 25) рассматриваются условно длительные, устойчивые явления – общественные феномены, процессы, тренды; в остальных публикациях – конкретные случаи или ситуации, анализ которых ведет к более общим, масштабным выводам. Исходя из проведенного нами исследования источников и методов, мы можем заключить, что подобные темы предполагают значительную степень погружения в них автором, тщательное изучение. Отсюда логичным образом следует и характер *объема* лонгридов «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH». Как показал анализ, средний объем текстовой информации в лонгридах «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» составляет 4468 слов; максимальный объем – 17 112 слов (лонгрид «Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом»<sup>97</sup>), минимальный – 765 слов (лонгрид «2016 в фотографиях: тревожный год для России»<sup>98</sup>). Таким

---

<sup>97</sup> Silverstein J. The New York issue. 800 feet above the city // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/05/magazine/new-york-life.html#/man-on-spire-man-on-spire-world-trade-center-climb-jimmy-chin>. Дата обращения: 4.05.2017.

<sup>98</sup> Sinelschikova E. 2016 in pictures: A nerve-racking year for Russia // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/2016\\_in\\_pictures/](http://rbth.com/longreads/2016_in_pictures/). Дата обращения: 4.05.2017.

образом, на основе проведенного исследования, мы можем заключить, что темы лонгридов «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH», как правило, предполагают глубокое изучение, что, в свою очередь, влечет за собой значительный объем публикаций.

Итак, на примере публикаций «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» мы рассмотрели все три жанровые характеристики лонгрида, выделяемые современными теоретиками СМИ: особенность темы, глубину погружения в нее автором, а также объем публикации. Далее, на наш взгляд, необходимо остановиться на таком жанрообразующем факторе, как *целевая установка* – применительно к рассматриваемым нами лонгридам. Проведенный анализ позволяет заключить, что цель лонгридов в «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» сочетает в себе базовые установки всех трех жанровых групп. Во-первых, они сообщают аудитории о наиболее важных событиях, их месте и времени (цель информационных жанров). Во-вторых, детально исследуют и истолковывают эти события и их причины, прогнозируют дальнейшее развитие, выявляют возможные следствия (цель аналитических жанров). И в-третьих, отметим, что лонгриды в исследуемых нами изданиях дают определенную оценку и формируют общественное мнения, воздействуют на политические институты и нравы, а также развлекают аудиторию (цель художественно-публицистических жанров). Таким образом, целевая установка лонгридов в изданиях «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» совмещает в себе цели информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров.

## **2.2. Специфика мультимедийной структуры лонгридов**

В предыдущей главе мы установили, что мультимедийность рассматривается теоретиками СМИ как одна из ключевых характеристик лонгрида как нового журналистского жанра. Исходя из этого, в нашем анализе мы уделили особое место данному параметру.

Итак, мультимедийность лонгридов в изданиях «Нью-Йорк Таймс» и «RVTH» мы рассматривали на двух уровнях: *базовом* и *расширенном*. Поясним, что мы подразумеваем под этими категориями.

Для этого обратимся к такому понятию, как информация. По форме представления ее принято делить на *текстовую, числовую, графическую, звуковую и видеоинформацию*. Данную классификацию мы взяли в качестве основы для анализа лонгридов по параметру мультимедийности, однако внесли в нее некоторые изменения. Так, нам представляется логичным и обоснованным делить «тело» лонгрида на следующие составляющие: *текст, фото, графика, аудио и видео*. Именно эти параметры мы учитывали, когда анализировали мультимедийность конкретной журналистской публикации *на базовом уровне*. Числовую информацию в анализе мы не рассматривали, ибо как таковая информация в виде цифр и знаков, обозначающих математические действия, в журналистских лонгридах отсутствует. Кроме того, мы разделили графическую информацию на две составляющие: фото (т.е. изображения, полученные в результате фотографического процесса) и графику: рисунки, карикатуры, а также инфографику, совмещающую изобразительные элементы с информацией прочих типов. Стоит отметить, что и фотографии, и графика занимают значимое место в журналистских публикациях, являясь при этом самостоятельными, не замещающими друг друга элементами. Кроме того, они требуют различных творческих усилий и талантов: так, умение фотографировать не включает в себя способность нарисовать карикатуру или качественно визуализировать имеющиеся данные посредством инфографики. Именно поэтому в ходе анализа мультимедийности лонгридов на базовом уровне эти два элемента мы рассматривали отдельно.

Также мы рассмотрели мультимедийные элементы, встречающиеся в лонгридах «Нью-Йорк Таймс» и «RVTH» более детально – *на расширенном уровне*. В своем анализе мы опирались на теоретические представления о видах мультимедиа в журналистских онлайн-публикациях, систематизированные исследователем СМИ Н.Г. Лосевой: она описывает «производство

мультимедийных историй в терминах атомно-молекулярной теории»<sup>99</sup>. Так, один мультимедийный элемент (будь то инфографика, видеосюжет, подкаст, отдельная фотография или же несколько снимков, сгруппированных в фотогалерею или слайд-шоу) она условно называет «инфомолекулой» – самостоятельным, самодостаточным элементом, который может «рассказать довольно много пользователю»<sup>100</sup>. «Но при соединении такой «инфомолекулы» слайд-шоу с «инфомолекулой» текста, «молекулой» видеоиллюстрации или видеосюжета, «инфомолекулой» графики получается «тело» мультимедийного материала», – поясняет Н.Г. Лосева. – В основе данной теории лежит «идея диверсификации производства разных частей мультимедийной истории и оптимальность ее режиссирования»<sup>101</sup>.

Далее опишем, из каких мультимедийных «инфомолекул» состоят «тела» лонгридов «Нью-Йорк Таймс» и «РВТН», обозначим характерные особенности этих элементов, выделенные нами в ходе комплексного анализа публикаций, их структуру, а также функции, выполняемые этими «инфомолекулами» в лонгриде.

**Текст.** Данная «инфомолекула» выступает в качестве основы лонгридов: большая часть информации передается автором именно посредством текста. Кроме того, это единственный мультимедийный элемент, который присутствует

---

<sup>99</sup> Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М. 2010. 200 стр. <http://www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf>. Дата обращения: 19.05.2017.

<sup>100</sup> Там же.

<sup>101</sup> Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М. 2010. 200 стр. <http://www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf>. Дата обращения: 19.05.2017.

в каждом из рассмотренных нами 25 лонгридов. Он включает в себя непосредственно основной текст журналистского материала, все заголовки и подзаголовки, подписи к другим мультимедийным элементам (фотографиям, аудио- и видеосюжетам и др.), текст навигационной панели и т.д.

**Статичная иллюстрация.** Как отмечает Н.Г. Лосева, данная «инфомолекула» выполняет практически те же функции, что и классическая фотография в традиционном СМИ: «отражает суть происходящего, расширяет информацию, помогает выстроить визуальный ряд»<sup>102</sup>. В ходе анализа мы столкнулись с такими видами статичных иллюстраций в лонгридах, как *фотография* (это может быть как кадр с места событий, так и архивный снимок), *коллаж*, *стоп-кадр из видео*, *рисунок*, *карикатура*, *репродукция* (т.е. воспроизведение предметов искусства путем фотографии).

**Фотолента или фотогалерея.** Данная «инфомолекула» представляет собой комбинацию нескольких статичных иллюстраций, объединенных автором на основе какого-либо принципа (чаще всего – общей темы). Отличие между *фотолентой* и *фотогалереей* мы видим в организации способа навигации: в первом случае читатель пролистывает один элемент за другим, пользуясь специальной кнопкой-«стрелкой»; во втором же механизм «листания» отсутствует: пользователь, «доскролливший» лонгрид до данного момента, может сразу увидеть все изображения в полном размере, или же выбрать нужную фотографию из превью и «кликнуть» по ней.

Отметим, что в проанализированных нами лонгридах встречались фотогалереи и фотоленты как с минимальными, «техническими» подписями, организованными по принципу «Что? Где? Когда?», так и с расширенными комментариями, обладающими более высокой информационной насыщенностью – иногда таким образом в лонгридах рассказаны отдельные сюжеты и микро-истории, имеющие косвенное отношение к основному тексту. При этом в фотоленте, как правило, подпись имеет каждая из фотографий – тогда при пролистывании изобразительных элементов меняются и подписи, в то

---

<sup>102</sup> Там же

время как в фотогалерее комментарий обычно лишь один – он относится ко всей «инфомолекуле» в целом, а не к какому-либо из ее составных элементов. В некоторых случаях выпускающий редактор принимает решение вообще не снабжать фотогалерею или фотоленту лонгрида какой-либо текстовой информацией или же лишь указывает источник снимка (иллюстрацией данного вывода могут послужить, в частности, публикации «RBTH» «Пять наиболее известных балетных постановок из России»<sup>103</sup> или «Драгоценности для Толстого: российские ювелирные украшения в новой экранизации «Войны и мира» «Би-Би-Си»<sup>104</sup>). Особо подчеркнем, что в качестве фотогалереи или фотоленты (так же, как и любой другой «инфомолекулы» лонгрида) мы рассматривали лишь те элементы, которые не требуют перехода по гиперссылкам на сторонние ресурсы и открываются непосредственно в самом «теле» материала, т.е. не в отдельном окне или новой вкладке.

**Аудиосюжет** – звуковой файл, который является полноценным, законченным сюжетом продолжительностью около минуты; он может включать в себя начитанный авторский текст, цитаты героев, интершум.

В ходе нашего исследования мы столкнулись с аудиосюжетами лишь единожды – в лонгриде «Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом»<sup>105</sup>. Одну из десяти глав этого материала – «The workers» – по сути, можно было бы выделить в отдельную, сложную и синтетическую «инфомолекулу», состоящую из следующих мультимедийных элементов: заголовка и небольшого по объему лида; фотографий, выполненных в одном стиле (черно-белые портреты рабочих на фоне бетонной стены; всего – 12); расширенных комментариев к портретам (помимо так называемой «технической» подписи – указания имени, возраста,

---

<sup>103</sup> Galayda A. Russia's 5 best-known ballets // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/5-russian-ballets/>. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>104</sup> Khantsevich O. Gems for Tolstoy: Russian jewelry stars in new BBC adaptation of «War and Peace» // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://war-and-peace.rbth.com/>. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>105</sup> Silverstein J. The New York issue. 800 feet above the city // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/05/magazine/new-york-life.html#/man-on-spire-man-on-spire-world-trade-center-climb-jimmy-chin>. Дата обращения: 8.05.2017.

профессии и места работы человека, – текстовая информация включает цитату: герой рассказывает какую-либо историю из своей жизни (например, почему он пришел в профессию), а также подробное описание этой профессии; в некоторых случаях, когда профессия уже была описана в подписи к предыдущему снимку или же когда ее название не вызывает непонимания (как, например, «плотник»), текст к фотографии состоит только из цитаты). Пять из портретов данной галереи, помимо текстовой информации, снабжены аудиофайлами, которые представляют собой законченные *аудиосюжеты* длительностью около минуты. Отметим, что они состоят лишь из речи героев (которая и стала основой для коротких цитат в подписях к фотографиям), – посторонние шумы или звуки, авторские комментарии или фразы других людей в этих аудиосюжетах отсутствуют. То есть, можно сказать, что мы имеем дело с начитанным текстом; однако он, безусловно, обладает определенной композицией, сюжетной законченностью, что и позволяет назвать данные фрагменты именно сюжетами, а не аудиоиллюстрациями.

Отметим также, что механизма «пролистывания» данная синтетическая «инфомолекула», подробно описанная нами выше, не имеет: все изображения, подписи и аудиосюжеты открываются сразу и просматриваются посредством прокрутки.

**Аудиоиллюстрация** – фрагмент аудиозаписи, имеющий отношение к определенной части текста лонгрида и призванный «проиллюстрировать ту часть сообщения, в которой звуковая составляющая несет смысловую или эмоциональную нагрузку»<sup>106</sup>, – отмечает Н.Г. Лосева. Продолжительность аудиоиллюстрации, как правило, сравнительно небольшая: от двух-трех секунд; это может быть, к примеру, детский смех, звук оркестра, шум волн и т.д.

---

<sup>106</sup> Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М. 2010. 200 стр. <http://www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf>. Дата обращения: 19.05.2017.

Аудиоиллюстрацию, таким образом, сложно назвать самодостаточным, законченным сюжетом. В ходе нашего анализа данный вид «инфомолекулы» встретился лишь один раз – в лонгриде «Пять наиболее известных балетных постановок из России»<sup>107</sup>, в «теле» которого органично вписаны пять небольших аудиофрагментов – отрывков из классических балетов.

**Видеосюжет** – целостное, законченное видеосообщение, размещенное в «теле» лонгрида и характеризующееся продуманной драматургией (завязка – кульминация – развязка); в отличие от видеоиллюстрации, может иметь заставку или рекламу. По мнению Н.Г. Лосевой, оптимальная продолжительность такого сюжета составляет от 60 до 90 секунд<sup>108</sup>. Заметим, что в проанализированных лонгридах нам встретилось восемь видеосюжетов; лишь один из них обладает значительно бóльшей продолжительностью по сравнению с тем значением, что было указано Н.Г. Лосевой (274 секунды), остальные, в целом, попадают под данные рамки (длина семи других видеосюжетов – от 73 до 131 секунды).

**Видеоиллюстрация** – фрагмент видеозаписи, относящийся к определенной части лонгрида и иллюстрирующий ее. Это может быть панорама места, о котором идет речь в публикации (например, на тридцатисекундном видео без звука в лонгриде «Нью-Йорк Таймс» «Фермеры могут изменить ход кокусов в Айове. Вот пять из них»<sup>109</sup> показан городок в штате Айова; снятое с квадрокоптера изображение удаляется по мере проигрывания видео), или

---

<sup>107</sup> Galayda A. Russia's 5 best-known ballets // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/5-russian-ballets/>. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>108</sup> Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М. 2010. 200 стр. <http://www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf>. Дата обращения: 19.05.2017.

<sup>109</sup> Buchanan L., McDonald B., Parlapiano A. Rural Voters Can Swing the Iowa Caucuses. Meet Five of Them // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/01/28/us/elections/rural-iowa-election.html>. Дата обращения: 15.03.2017.

иллюстрация какого-либо действия, процесса, явления (так, на короткой видеоиллюстрации в материале<sup>110</sup> «RBTH» о вновь активизировавшейся сибирской язве читатель видит, как движется стадо оленей; звук также отсутствует). Отметим, что видеоиллюстрация не имеет законченного сюжета, вводной заставки или рекламы; чаще всего является беззвучной. Заглавный стоп-кадр данной «инфомолекулы» – сплэш – по сути представляет собой статичную иллюстрацию, выполняет ее функции. Видеоиллюстрация часто начинает проигрываться автоматически, когда пользователь «доскролливает» до данной части лонгрида, и возобновляется, если он не «скроллит» дальше.

В целом, данная «инфомолекула» отличается небольшой продолжительностью (около 20 секунд), однако в ходе анализа мы столкнулись с исключениями из этого правила. Так, в качестве видеоиллюстрации в лонгриде «RBTH» «Как российский анимационный сериал «Маша и Медведь» завоевал сердца людей во всем мире»<sup>111</sup> несколько раз приводятся целые эпизоды мультсериала, а в другой публикации<sup>112</sup> издания – продолжительные фрагменты видеозаписи классических балетных постановок Большого театра. Однако, несмотря на сравнительно бóльшую длину видео (до 6-7 минут, тогда как средняя продолжительность видеоиллюстрации составляет 20 секунд), безусловное наличие сюжетной линии и драматургии, данные «инфомолекулы» мы все же охарактеризовали как видеоиллюстрации, а не законченные видеосюжеты по двум причинам. Во-первых, эти мультимедийные элементы не являются продуктом журналистского творчества: человек, ответственный за «сборку» лонгрида, всего лишь вставляет эпизоды, подготовленные целой командой профессионалов (в первом случае – мультипликаторов, а во втором – театралов) в «тело» материала. А во-вторых, функция этих видеофрагментов –

---

<sup>110</sup> Akrkhangelskaya S. The Siberian plague // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/siberian\\_plague/](http://rbth.com/longreads/siberian_plague/). Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>111</sup> Akrkhangelskaya S. The Siberian plague // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/siberian\\_plague/](http://rbth.com/longreads/siberian_plague/). Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>112</sup> Galayda A. Russia's 5 best-known ballets // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/5-russian-ballets/>. Дата обращения: 17.03.2017.

именно иллюстрация фрагмента текста, а не донесение какой-либо важной сюжетной составляющей лонгрида: чтобы читатель, ранее не знакомый с мультфильмом или балетным спектаклем, в результате, после прочтения журналистской публикации получил о нем более полное представление и впечатление.

Также стоит отметить, что практически четвертая часть всех видеоиллюстраций, встретившихся нам в публикациях «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH», являются – наряду с заголовком – первым мультимедийным элементом, который видит пользователь при открытии лонгрида. Помещая данную «инфомолекулу» в самое начало материала, автор преследует следующие цели: привлечь внимание читателя, «ввести» его в тему, побудить к дальнейшему чтению всего текста. То есть, можно сказать, что подобный элемент выполняет в структуре лонгрида вводную функцию. Отметим также, что на вводную видеоиллюстрацию очень часто «накладывается» определенная текстовая информация: заголовок и подзаголовок, лид, имя автора, дата публикации, название издания, кнопки «поделиться» и «домой» и др.

**Видеогалерея.** В отличие от фотогалереи, которая является довольно распространенным мультимедийным элементом в конструкции лонгрида (большая часть проанализированных нами публикаций – 15 из 25 – содержат фотогалерею или фотоленту), видеогалерея встретилась нам только в материале «RBTH» – «Как российский анимационный сериал «Маша и Медведь» завоевал сердца людей во всем мире»<sup>113</sup>. «Прокрутив» лонгрид до определенной части, пользователь видит две видеоиллюстрации (а точнее, два отдельных эпизода мультсериала – речь о них уже шла выше), поставленные редактором рядом, группой. Хотя видеозаписи лишь две, и о полноценной галерее рассуждать сложно, мы в нашем исследовании все же вынесем этот элемент в качестве отдельной «инфомолекулы»: ведь видеофрагментов вполне могло бы быть три или более, суть от этого остается неизменной – важен сам факт совмещения

---

<sup>113</sup> Khantsevich O. Gems for Tolstoy: Russian jewelry stars in new BBC adaptation of «War and Peace» // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://war-and-peace.rbth.com/>. Дата обращения: 17.03.2017.

двух отдельных, самостоятельных видеозаписей. (Впрочем, два статичных изображения мы в нашем исследовании в качестве фотогалереи не рассматривали в силу распространенности этого мультимедийного элемента в современных журналистских материалах). Отметим также, что данную «инфомолекулу» мы охарактеризовали именно как видеогалерея, а не видеолента, поскольку механизм «пролистывания» – т. е. переключения между фрагментами видеозаписи посредством навигационной «стрелки» – отсутствует.

**Анимация.** Данный элемент представляет собой рисунок, «оживленный» посредством специальных технических приемов (последовательность неподвижных изображений сменяют друг друга с определенной частотой). Хотя подобная «инфомолекула» встретила нам лишь в одном из 25 проанализированных лонгридов<sup>114</sup>, мы в нашем исследовании будем рассматривать ее в качестве отдельного мультимедийного элемента, поскольку она, очевидно, не попадает ни под категорию «статичной фотографии» – вследствие наличия движения, ни под категорию «видео» – так как является рисованной и не отображает реальную действительность.

**Инфографика** – популярный в современных конвергентных редакциях способ визуализации информации, представления больших объемов данных, альтернативного рассказа о событии (по сравнению с традиционным, текстовым способом). Как отмечает Н.Г. Лосева, ценность инфографики заключается не столько в визуализации информации как таковой, сколько в высокой ее концентрации: «Идеальная инфографика та, которая в одном кадре вмещает выжимку из нескольких энциклопедических статей и справочников или объясняет событие, которое описано текстом в несколько тысяч знаков». Отметим, что, органично вписываясь в «тело» современных мультимедийных лонгридов, инфографика – особенно более сложные ее вариации – может также выступать в роли самостоятельного информационного материала в СМИ.

---

<sup>114</sup> Silverstein J. The New York issue. 800 feet above the city // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/05/magazine/new-york-life.html#/man-on-spire-man-on-spire-world-trade-center-climb-jimmy-chin>. Дата обращения: 8.05.2017.

В ходе проделанного нами анализа мы выделили восемь типов инфографики, отталкиваясь от принципа наличия в данной «инфомолекуле» движения (инфографика может быть как статичной, так и динамичной), а также вида, формы и количества элементов, ее составляющих. Рассмотрим каждый из них.

**Статичная инфографика:** *график* (или диаграмма-линия) – один из типов диаграмм, изображающий имеющиеся данные в виде точек, соединенных линиями; точки при этом могут быть как видимыми, так и невидимыми. График строится в прямоугольной системе координат: по горизонтальной оси (абсцисс) обычно откладывается временной промежуток, а по вертикальной (ординат) – размеры изображаемых явлений или процессов. Отметим, что в СМИ подобный вид инфографики применяют в том случае, когда необходимо наглядно отобразить характер, общую тенденцию развития одного или нескольких явлений, сравнить темпы роста или убывания. Так, в одном из проанализированных нами лонгридов «Нью-Йорк Таймс»<sup>115</sup> данная «инфомолекула» иллюстрирует резкое изменение количества заключенных в больших, средних и небольших округах США (критерий выделения групп – численность населения) за временной отрезок длиной менее десяти лет.

**Статичная инфографика:** *гистограмма*, т.е. столбчатая или линейная диаграмма – вид диаграммы, применяющийся для того, чтобы наглядного сравнить статистические данные (они представлены в виде равных по ширине вертикальных столбцов, высота которых показывает величину отображаемого явления), проанализировать их изменения во времени. Эту «инфомолекулу» мы обнаружили в двух лонгридах «Нью-Йорк Таймс». В частности, в материале «Фермеры могут изменить ход кокусов в Айове. Вот пять из них»<sup>116</sup>

---

<sup>115</sup> Keller J., Pearce A. This small Indiana county sends more people to prison than San Francisco and Durham, N.C., combined. Why? // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/2016/09/02/upshot/new-geography-of-prisons.html>. Дата обращения: 16.03.2017.

<sup>116</sup> Buchanan L., McDonald B., Parlapiano A. Rural Voters Can Swing the Iowa Caucuses. Meet Five of Them // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/01/28/us/elections/rural-iowa-election.html>. Дата обращения: 15.03.2017.

гистограмма позволяет отобразить достаточно большой объем статистической информации: она показывает, как изменилась численность населения каждого из 99 округов Айовы с 1990-го года. Отметим, что, на наш взгляд, использование именно этой «инфомолекулы» в данном лонгриде является оправданным, поскольку посредством статичной инфографики других видов – графика, таблицы или схемы – изобразить такое количество данных не представляется возможным с технической точки зрения: получившийся при этом результат был бы нечитаемым для пользователя.

**Статичная инфографика:** *таблица* – способ структурирования, при котором однотипные данные распределены по строкам и столбцам. По нашему наблюдению, использование такой «инфомолекулы» нехарактерно для лонгридов и журналистских произведений в целом: таблица встретилась нам лишь в одном из 25 лонгридов<sup>117</sup>. С ее помощью авторы сумели не только наглядно представить информацию о трех людях, совершивших разные по степени тяжести преступления в одном из округов Индианы, но и сравнить полученное ими в итоге наказание с тем, какое они, вероятнее всего, получили бы в других штатах США.

**Статичная инфографика:** *схема*, т. е. упрощённое графическое изображение предмета, явления или процесса, включающее пояснение и описание. Данная «инфомолекула» встретилась нам, к примеру, в лонгриде «Как разворачивался один из наиболее трагичных эпизодов хаджа»<sup>118</sup>. Количество людей из разных регионов мира, погибших при паломничестве в Мекку в 2015 году, изображено схематично, в виде группы точек. Всего таких групп пять – по числу выделенных авторами регионов. Чем большее число человек из данного региона погибло, тем, соответственно, большую площадь

---

<sup>117</sup> Keller J., Pearce A. This small Indiana county sends more people to prison than San Francisco and Durham, N.C., combined. Why? // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/2016/09/02/upshot/new-geography-of-prisons.html>. Дата обращения: 16.03.2017.

<sup>118</sup> Almukhtar S., Watkins D. How One of the Deadliest Hajj Accidents Unfolded // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/09/06/world/middleeast/2015-hajj-stampede.html>. Дата обращения: 16.03.2017.

занимает группа точек. Так, при паломничестве погибло 135 выходцев из Юго-Восточной Азии – значит, полученное изображение сформировано из 135 точек. Таким образом, данный вид инфографики позволяет читателю быстро, не вдаваясь в сложную статистическую информацию и детали (иногда излишние), оценить значительность какого-либо явления.

**Статичная инфографика:** *карта*, т. е. уменьшенное и обобщенное изображение земной поверхности, показывающее расположение на ней различных объектов, содержащее условные обозначения и подписи. Исследование выявило, что обычные статичные карты в лонгридах могут быть как довольно подробными, так и совсем условными, схематичными, упрощенным: к примеру, в лонгриде «Изменение климата уничтожает озеро – и традиционный уклад жизни» на карте даны только очертания одной страны – Боливии; лишние, по мнению авторов, детали и названия убраны – осталось лишь изображение озера (о нем и идет речь в публикации) и одна точка, обозначающая город (он тоже связан с содержанием текста). Отметим, что карты в лонгридах могут содержать дополнительную текстовую информацию, отметки, шрифтовые и графические выделения. Проиллюстрируем эти наблюдения на примере одной публикации. Так, в «тело» материала «Икра: черное золото родом из России»<sup>119</sup> включен фрагмент карты, содержащий довольно подробную информацию: на ней обозначены названия водных объектов, стран и городов России, расположенных на реке Волга. При этом названия городов даны в более насыщенном цвете, по сравнению со странами; наименования двух крупнейших российских городов – Москвы и Санкт-Петербурга – выделены жирным шрифтом; значок столицы – не просто точка, как у Самары, Казани или Углича, а другой, отличный от нее символ. Помимо этого, карта содержит постороннюю графическую фигуру, выделяющуюся на основном фоне: это темный прямоугольник, крупным шрифтом на нем написано «Волга», а выноска фигуры прямо указывает на данный

---

<sup>119</sup> Strelavina D. Caviar: Russia's original black gold // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/black\\_caviar/](http://rbth.com/longreads/black_caviar/). Дата обращения: 16.03.2017.

географический объект – ведь именно о нем идет речь в тексте, его автор хочет выделить, привлечь к нему внимание аудитории.

**Сложная статичная инфографика.** Проведенный нами анализ показал, что в лонгридах, помимо более или менее простых картографических изображений встречаются статичные карты с большим количеством числовой, текстовой и графической информации. Исходя из этого, мы посчитали обоснованным выделить их в отдельный тип «инфомолекулы» – сложную статичную инфографику. Основу этого мультимедийного элемента – в проанализированных нами случаях – составляет изображение карты, на которую наложен большой объем информации, представленной в разных формах. Например, в лонгриде «Фермеры могут изменить ход кокусов в Айове. Вот пять из них»<sup>120</sup> на схематичную карту, отображающую границы округов штата Айова, помещена сложная статистика. Так, желтые круги разных размеров показывают места, где на кокусах 2016 года победу одержал республиканец Рик Санторум, а серые – то, где победили другие кандидаты; размер круга зависит от численности населенного пункта, где проходило голосование; числами в некоторых местах обозначено, насколько больше голосов было отдано за одного из кандидатов (если эта разница значительна). Рассмотрим выделенный нами вид инфографики на примере еще одной публикации – «Что скрывают массовые захоронения Нью-Йорка»<sup>121</sup>. Здесь данная «инфомолекула» включает в себя упрощенную монохромную карту Харт-Айленда в крупном масштабе; на ней условно обозначено расположение различных построек, а также их очертания; кругами отмечены места и количество захоронений; также присутствует текстовая и числовая информация: названия некоторых участков и годы захоронений.

---

<sup>120</sup> Buchanan L., McDonald B., Parlapiano A. Rural Voters Can Swing the Iowa Caucuses. Meet Five of Them // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/01/28/us/elections/rural-iowa-election.html>. Дата обращения: 15.03.2017.

<sup>121</sup> Bernstein N. Unearthing the Secrets of New York's Mass Graves // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/05/15/nyregion/new-york-mass-graves-hart-island.html>. Дата обращения: 17.03.2017.

**Простая динамичная инфографика** – от простой или сложной статичной инфографики отличается именно наличием интерактивных элементов, «движения». Рассмотрим эту «инфомолекулу» на примере лонгрида<sup>122</sup> «Нью-Йорк Таймс». Основа инфографики в материале – условная карта штатов и округов США; каждый из округов закрашен определенным цветом, по шкале от менее интенсивного оттенка к более интенсивному – в зависимости от количества тюремных заключённых на 10 000 жителей. Принципиальным для классификации данной «инфомолекулы» является тот факт, что инфографика интерактивна. Так, при обычном просмотре, когда взаимодействие с этим элементом лонгрида отсутствует, на изображении нет надписей и прочих обозначений. Однако, если навести курсор мыши на карту и перемещать его по отдельным округам, будут открываться окна с текстовой информацией: названием округа и числом заключённых; в некоторых случаях показано, как это число изменилось за определенный промежуток времени. «Инфомолекулу» простой динамичной инфографики находим и в лонгриде «RBTH» «Английский» Санкт-Петербург: денди и эль на берегах Невы»<sup>123</sup>. Стартовая страница материала представляет собой навигационную панель, выполненную в виде условной схемы районов Лондона. Подчеркнем, что это именно схема, а не карта: точности нет; примерные очертания районов города нанесены на высветленную фотографию центра. Районы, как-либо связанные с Россией, нашей историей и культурой, обозначены графически – точками. Также на изображении присутствует текстовая и графическая информация – подписи названий районов на прямоугольных фигурах. При наведении на них курсора мыши прямоугольники меняют оттенок, а курсор становится активным: это гиперссылки, позволяющие читателю быстро перейти в интересующую его часть лонгрида. Таким образом, рассмотренная нами инфографика

---

<sup>122</sup> Keller J., Pearce A. This small Indiana county sends more people to prison than San Francisco and Durham, N.C., combined. Why? // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/2016/09/02/upshot/new-geography-of-prisons.html>. Дата обращения: 16.03.2017.

<sup>123</sup> Taplin P. Russian walks: London // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://london-walks.rbth.com/>. Дата обращения: 17.03.2017.

интерактивна, что и позволяет отнести ее к данной разновидности «инфомолекул».

Также необходимо отметить, что наиболее распространенный вариант данной «инфомолекулы» (в ходе анализа мы обнаружили 8 примеров) – интерактивная карта «Google», вставленная в «тело» лонгрида посредством «embed»-кода: так, что пользователь может «перемещаться» по карте, приближать ее до отдельных строений и уменьшать до масштабов Земли. Такая карта может содержать дополнительную информацию: точками обозначаются определенные объекты, а линиями – маршрут.

**Сложная динамичная инфографика.** В одном из лонгридов «Нью-Йорк Таймс» – «Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом»<sup>124</sup> – мы столкнулись с динамичной инфографикой, количество и разнообразие элементов которой не позволило нам отнести ее в ту же группу, что и рассмотренные выше «инфомолекулы» (поэтому мы в нашем исследовании условно разделили динамичную инфографику на простую и сложную). Итак, данная инфографика состоит из двух частей. Левая часть – это условная плоскостная карта острова жэттен, на которую помещены 3D-модели небоскребов (9 – в одном конце острова, и 12 – в противоположном). Правая часть представляет собой информационную панель; она занимает меньшее количество рабочего пространства, чем карта. На панели расположены стрелки навигации, с помощью которых пользователь может «переходить» с одного небоскреба на другой; под стрелками при этом выводится актуальная текстовая информация о «выбранном» в данный момент здании (название небоскреба и его краткая история, год завершения строительства, высота, стоимость). Отметим, что вся инфографика монохромна, однако «активное» – т.е. выбранное пользователем в данный момент времени посредством курсора мыши – здание выделяется красным цветом. Также необходимо упомянуть наличие в анализируемой «инфомолекуле» «движения» – это, по сути, первый элемент, с которым

---

<sup>124</sup> Silverstein J. The New York issue. 800 feet above the city // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/05/magazine/new-york-life.html#/man-on-spire-man-on-spire-world-trade-center-climb-jimmy-chin>. Дата обращения: 8.05.2017.

сталкивается пользователь при ознакомлении с инфографикой. Как только она становится полностью видимой на рабочем пространстве экране, левая часть приходит в движение: карта Манхэттена приближается и одновременно немного разворачивается. После того, как пользователь, нажимая на навигационные «стрелки», ознакомился с информацией о всех девяти небоскребах одного конца острова, карта разворачивается уже на 180 градусов: теперь мы видим остров с другой стороны и можем просмотреть информацию об остальных зданиях.

**Оперативная 3D-реконструкция** – вид инфографики, которая представляет собой основанный на 3D-технологиях видеоролик, включенный в «тело» журналистского материала с целью реконструкции определенного действия, события, явления или процесса, максимально реального их отображения. «Такой формат ... позволяет разглядеть процессы с разных сторон, часто послойно, и представляет большую информационную ценность, – отмечает Н.Г. Лосева. – Главное условие такой инфографики – точность сбора и анализа данных»<sup>125</sup>. В ходе нашего анализа эта «инфомолекула» встретила нам только в одном лонгриде – «Новый Панамский канал: рискованная ставка»<sup>126</sup>, что мы объясняем сложностью подготовки и технического воплощения подобного элемента мультимедиа. В упомянутом нами материале оперативная 3D-реконструкция наглядно показывает процесс прохождения судна через шлюзы Панамского канала. Отметим, что воспроизведение ролика начинается автоматически, как только пользователь «доскролливает» «тело» лонгрида до данной инфографики; по окончании воспроизведения инфографика

---

<sup>125</sup> Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М. 2010. 200 стр. <http://www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf>. Дата обращения: 17.03.2017.

<sup>126</sup> Bogdanich W., Méndez A., Williams J. The New Panama Canal: A Risky Bet // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/22/world/americas/panama-canal.html>. Дата обращения: 17.03.2017.

«замирает», а в левом нижнем углу появляется кнопка повторного воспроизведения («replay»).

**Параллакс прокрутки.** В ходе анализа публикаций мы неоднократно сталкивались с мультимедийным элементом, основанном на использовании такого эффекта, как параллакс прокрутки. Механизм его работы представляет из себя наложение элементов нескольких видов (текстовых, числовых, графических) друг на друга и их движение с разной скоростью при прокрутке страницы, что создает эффект трехмерности. Отметим, что подобные «инфомолекулы» могут быть более или менее сложными по своему устройству и содержать разные типы информации. Однако тот факт, что все они не могли бы существовать без данной технологии, позволил нам выделить их в отдельную «инфомолекулу» параллакса прокрутки – всего нам встретилось 16 примеров.

Наиболее распространенный вариант этой «инфомолекулы» в лонгридах состоит из информации двух типов – изображения и текста, а также самого эффекта параллакса: при прокрутке материала наложенный на изображение текст движется с большей скоростью, так, что в определенный момент на рабочем экране может остаться только фотография – текст полностью «уйдет» вверх. В ходе анализа мы заметили, в лонгридах подобная «инфомолекула» часто выполняет функцию вводной заставки, привлечения внимания: именно ее видит пользователь при открытии публикации (10 случаев, все – в лонгридах «RBTH»).

В лонгридах «Нью-Йорк Таймс» нам встретились более сложные виды параллакса прокрутки. Так, в публикации «Как разворачивался один из наиболее трагичных эпизодов хаджа»<sup>127</sup> в качестве основы данного мультимедийного элемента выступает карта Мекки. При движении колеса мышки в правой ее части появляются и «пролистываются» графические фигуры – белые прямоугольники с текстовой информацией. Одновременно с этим

---

<sup>127</sup> Almkhtar S., Watkins D. How One of the Deadliest Hajj Accidents Unfolded // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/09/06/world/middleeast/2015-hajj-stampede.html>. Дата обращения: 16.03.2017.

увеличиваются масштабы самой карты (при этом скорость движения прочих элементов заметно выше): фокус идет на палаточный городок в долине Мина, где останавливаются паломники – постепенно взгляду пользователя открываются отдельные дома и улицы. Далее при «скроллинге» на карте возникают цветовые и графические выделения, а также текстовые элементы: разными цветами обозначаются части палаточного городка, стрелками – маршрут главного героя, надписи несут дополнительную информацию о его пути.

Отметим также, что в ходе анализа мы обнаружили лонгрид<sup>128</sup>, структура которого полностью построена на эффекте параллакса: одна подобная инфомолекула при «долистывании» практически сразу сменяется другой, а сам материал, таким образом, представляет набор сменяющихся слайдов. Всего в данном материале мы выделили восемь «молекул» параллакса прокрутки, включающих в себя текст, статичные иллюстрации и фотогалереи.

Итак, подробно описав виды мультимедийных элементов-«инфомолекул», встретившиеся нам в ходе изучения эмпирического материала, остановимся на более общих закономерностях их использования в «теле» лонгридов, которые, в свою очередь, определяют уже саму структуру материала. Для их выявления мы, опираясь на проведенный анализ мультимедийных элементов на базовом уровне, ввели такую характеристику, как *степень мультимедийности*. Ее мы рассчитывали следующим образом: «единицей» мы обозначили наличие в лонгриде каждой из пяти мультимедийных составляющих – текста, фото, графики, аудио и видео; «нулем» – их отсутствие. Таким образом, максимальное число различных *базовых* мультимедийных элементов в лонгриде – пять, его мы и взяли за 100%; оставшиеся комбинации также выразили в процентном отношении (на каждый из пяти элементов приходится 20%).

На основе проведенного анализа мы можем заключить, что в большинстве случаев «тело» лонгридов «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» включает в себя три

---

<sup>128</sup> Khantsevich O. Gems for Tolstoy: Russian jewelry stars in new BBC adaptation of «War and Peace» // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://war-and-peace.rbth.com/>. Дата обращения: 17.03.2017.

базовых вида мультимедиа (максимум – пять): это верно для 13 из 25 публикаций. Соответственно, наиболее распространенная степень мультимедийности составляет 60%.

При этом практически во всех материалах (единственное исключение – лонгрид «Фермеры могут изменить ход кокусов в Айове. Вот пять из них»<sup>129</sup>) в качестве первых двух элементов выступают текст и фото. Это, по нашему мнению, может быть связано с традициями, сложившимися в печатных СМИ: так, текстовая информация в газетах и журналах преимущественно дополняется именно фотографиями, реже – другими видами изображений (кариатурами, рисунками и т.д.) и графикой; присутствие видео- и аудиоэлементов в печатных СМИ невозможно. Третьим мультимедийным элементом структуры лонгрида, как показало исследование эмпирического материала, как правило, является графика (в ходе анализа вы встретили 16 примеров сочетания «текста – фото – графика»), реже – видео (11 примеров комбинации «текст – фото – видео»), аудио – лишь в двух случаях.

Мультимедийностью 40% и 80% обладает почти равное количество лонгридов в исследуемых изданиях: выявлено, соответственно, пять и шесть публикаций.

Лишь один из рассмотренных нами лонгридов – «Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом»<sup>130</sup> – включает в себя все пять базовых элементов мультимедиа, т.е. характеризуется стопроцентной степенью мультимедийности. Необходимо подчеркнуть, что данный текст является также и самым объемным (более 17 000 слов), в то время как средний объем текстовой информации в проанализированных лонгридах составляет 4468 слов. При этом мы заметили следующую особенность: достаточно объемные лонгриды – «объемными» мы в нашем исследовании называем публикации, длина текстов которых составляет

---

<sup>129</sup> Buchanan L., McDonald B., Parlapiano A. Rural Voters Can Swing the Iowa Caucuses. Meet Five of Them // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/01/28/us/elections/rural-iowa-election.html>. Дата обращения: 15.03.2017.

<sup>130</sup> Silverstein J. The New York issue. 800 feet above the city // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/05/magazine/new-york-life.html#/man-on-spire-man-on-spire-world-trade-center-climb-jimmy-chin>. Дата обращения: 8.05.2017.

не менее 1500 слов (всего таких материалов – 16) – включают в себя не менее трех мультимедийных элементов, т.е. обладают степенью мультимедийности не менее 60%; из этого правила нами обнаружено лишь два исключения (лонгриды «RBTH» «Английский» Санкт-Петербург: денди и эль на берегах Невы»<sup>131</sup> и «Почему Россия может вернуть в Европу поезда дальнего следования»<sup>132</sup>).

Особо подчеркнем, что степенью мультимедийности 20% не обладает ни один из проанализированных нами лонгридов. В противном случае, это означало бы, что в материале присутствует лишь один из пяти базовых видов мультимедиа (допустим, только текст или только фото). Опираясь на результаты исследования, мы, таким образом, можем сделать вывод, что структура лонгридов в «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» включает в себя как минимум два типа мультимедийных элементов (из выделенных нами пяти базовых).

Также мы можем заключить, что единственным обязательным элементом структуры лонгрида в исследуемых изданиях является текст, что отчетливо показал анализ: данная «инфомолекула» встретилась во всех 25 публикациях. Фото обязательным элементом мы назвать не можем в силу отсутствия этого вида мультимедиа в одном из лонгридов<sup>133</sup>. Действительно, фотографий и прочих изображений – в их классическом понимании – в материале нет. Отметим, впрочем, наличие пяти видеосюжетов, заглавный стоп-кадр которых теоретически мог бы выполнять роль статичной иллюстрации; но для этого, на наш взгляд, авторы выбрали непоказательные моменты видеороликов – сами по себе стоп-кадры не несут большой информационной нагрузки (а подписи к ним отсутствуют), сюжет раскрывается именно посредством воспроизведения

---

<sup>131</sup> Melnikova V. English St. Petersburg: How dandies and ale came to the banks of the Neva // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/arts/2016/06/20/english-st-petersburg-how-dandies-and-ale-came-to-the-banks-of-the-neva\\_604617](http://rbth.com/arts/2016/06/20/english-st-petersburg-how-dandies-and-ale-came-to-the-banks-of-the-neva_604617). Дата обращения: 15.03.2017.

<sup>132</sup> MacDonald B. Why Russia could put night trains back on the rails in Europe // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/politics\\_and\\_society/2016/11/05/why-russia-could-put-night-trains-back-on-the-rails-in-europe\\_644159](http://rbth.com/politics_and_society/2016/11/05/why-russia-could-put-night-trains-back-on-the-rails-in-europe_644159). Дата обращения: 15.03.2017.

<sup>133</sup> Buchanan L., McDonald B., Parlapiano A. Rural Voters Can Swing the Iowa Caucuses. Meet Five of Them // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/01/28/us/elections/rural-iowa-election.html>. Дата обращения: 15.03.2017.

видео. Здесь стоит отметить, что, в принципе, любой журналистский материал без текстовой информации – т.е. без заголовка, лида, имени автора и прочих подписей – едва ли имеет право на существование; в то время как публикации без фотографий и прочих изображений можно обнаружить, скажем, на сайте информационного агентства (формат «жесткой новости»).

Таким образом, исследование показало, что в лонгридах «Нью-Йорк Таймс» и «РВТН», как правило, рассматриваются условно длительные, устойчивые явления – общественные феномены, процессы, тренды. Однако в качестве самостоятельной темы могут выступать и конкретные случаи или ситуации, анализ которых ведет к более общим, масштабным выводам. Системное расследование происходящего в какой-либо из общественных сфер становится предметом более объемных, информационно насыщенных лонгридов (в качестве таковых мы рассматривали публикации объемом не менее 1500 слов).

Предметы отображения лонгридов в исследуемых изданиях «относятся к разным общественным сферам: политике, экономике, культуре, социальной сфере. Предмет, исследуемый журналистами изданий в значительных по объему материалах в большинстве случаев имеет отношение к не менее чем двум сферам общества одновременно.

В большей части лонгридов «Нью-Йорк Таймс» предмет отображения связан с США; это мы объясняем тем, что «Нью-Йорк Таймс» – американское издание с давними традициями, которое создавалось как национальное СМИ. «РВТН» главным образом освещает события и темы, происходящие в России и связанные с ней, что следует из концепции и общей направленности СМИ (о России для иностранцев).

Тема в лонгридах исследуемых изданий – это тот фактор, который подчиняет себе все остальные их содержательные характеристики: необходимость более или менее глубокого ее исследования (в частности,

количество использованных при этом источников информации и методов отображения действительности), а также характер объема публикации.

Анализ позволил заключить, что темы лонгридов «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH», как правило, предполагают глубокое изучение, что, в свою очередь, влечет за собой значительный объем публикаций. Так, в большинстве случаев журналисты изданий обращаются к трем источникам информации, а также трем методам отображения действительности; средний объем проанализированных лонгридов составил 4468 слов.

Целевая установка лонгридов в изданиях «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» совмещает в себе цели информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров.

Анализ элементов мультимедиа, из которых выстраивается конструкция лонгрида в изданиях «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH», по пяти базовым составляющим (текст, фото, графика, видео и аудио), а также подробное рассмотрение, классификация и описание видов мультимедийных элементов-«инфомолекул» позволили нам сделать несколько выводов о специфике мультимедийной структуры лонгрида. Так, «тело» лонгрида в исследуемых изданиях чаще всего включает в себя три базовых вида мультимедийных элементов, т.е. наиболее распространенная степень мультимедийности – 60%. В качестве первых двух, как правило, выступают текст и фото; третьим мультимедийным элементом структуры лонгрида чаще всего является графика. Единственный обязательный компонент, присутствующих во всех проанализированных нами публикациях, – текст. Лонгриды, которые состояли бы лишь из одного типа мультимедиа, в «Нью-Йорк Таймс» и «RBTH» не обнаружены. Минимальное количество видов мультимедийных элементов в объемных лонгридах (не менее 1500 слов) исследуемых изданий – три, т.е. степень их мультимедийности составляет не менее 60%.



## Заключение

В данной выпускной квалификационной работе выявлена специфика понятий «жанр» и «формат» журналистики, проведено их сопоставление и разграничение. «Жанр» – давно сложившееся, традиционное для журналистики понятие, принадлежащее области творчества и связанное с идеей авторства; оно описывает внутренние, содержательные особенности произведения. «Формат» – напротив, еще не окончательно оформившаяся в терминологическом плане категория: в сегодняшней теории и практике журналистики она используется во многих значениях. В целом, медиаисследователи отмечают, что понятие «формат» относится к сфере экономики, рыночных отношений и связано с потребностями аудитории, т.е. с идеей адресата; оно определяет место информационных продуктов в процессе коммуникации, иными словами, является внешней характеристикой журналистского текста.

Опираясь на существующие теоретические работы, мы выделили четыре специфические черты лонгрида как нового журналистского *жанра*: особенность или системность темы, глубина погружения в тему, значительный объем, мультимедийность. При этом первые три из них являются исключительно внутренними особенностями произведения, в то время как четвертая характеристика – мультимедийность – лежит на стыке понятий жанра и формата, т. е. имеет отношение и к форме лонгрида, и к его содержанию.

В ходе исследования были подробно рассмотрены, классифицированы и описаны виды мультимедийных элементов-«инфомолекул», из которых выстраивается «тело» лонгридов в изданиях «Нью-Йорк Таймс» и «RВТН»: текст, статичная иллюстрация, фотолента и фотогалерея, аудиосюжет, аудиоиллюстрация, видеосюжет, видеоиллюстрация, видеогалерея, анимация, инфографика, статичная инфографика (график, гистограмма, таблица, схема и карта), сложная статичная инфографика, простая динамичная инфографика, сложная динамичная инфографика, оперативная 3D-реконструкция, параллакс прокрутки.

Проведенный сравнительный анализ позволяет сделать вывод об общих чертах лонгридов в исследуемых изданиях, а также их отличительных характеристиках.

Во-первых, отметим, что в лонгридах «Нью-Йорк Таймс» рассматриваются преимущественно длительные, устойчивые явления, процессы и тренды – а не конкретные случаи или ситуации, – которые могут быть связаны как с США, так и с другими странами, и относиться к любой из четырех общественных сфер (политической, экономической, культурной или социальной). Темы лонгридов «РВТН» носят более конкретный, предметный характер (длительные общественные феномены, в целом, исследуются реже, чем в «Нью-Йорк Таймс»); обязательно связаны с Россией – иногда также с какой-либо страной помимо нее, что определяется концепцией и общей направленностью СМИ; как и в «Нью-Йорк Таймс», могут относиться к любой из четырех сфер общества.

Во-вторых, лонгриды обоих изданий отличает глубина исследования выбранной темы, тщательность ее проработки, привлечение нескольких источников информации и методов отображения. Однако материалы «Нью-Йорк Таймс» характеризуются использованием большего числа источников и методов, что логичным образом следует из упомянутых выше особенностей их темы. Тема обуславливает и общие закономерности объема публикаций: лонгриды в «Нью-Йорк Таймс», как правило, несколько раз больше по объему, чем в «РВТН».

В-третьих, отметим общую целевую установку: и в «Нью-Йорк Таймс», и в «РВТН» лонгриды могут обладать целью информационных, аналитических, художественно-публицистических жанров; или же совмещать в себе несколько из них.

В-четвертых, обязательная черта лонгридов обоих изданий – мультимедийность, т.е. присутствие в «теле» материалов информации нескольких типов. Лонгриды «Нью-Йорк-Таймс», как правило, разнообразнее по базовым типам мультимедиа (для них характерно использование от трех до

пяти видов мультимедийных элементов, в то время как для лонгридов «RVTH» – от двух до четырех), а также по мультимедийности на расширенном уровне (публикации «Нью-Йорк Таймс», в целом, включают большее число различных мультимедийных «инфомолекул»).

Таким образом, исходя из отмеченного выше сходства трех основных жанрообразующих факторов в лонгридах «Нью-Йорк-Таймс» и «RVTH» (предмет, метод и цель отображения) и некоторых других общих черт исследуемых публикаций (объем – что можно также отнести к предмету; наличие нескольких типов представления информации), мы считаем обоснованным заключить, что *лонгрид – это новый жанр журналистики, базовой характеристикой которого является мультимедийность.*

## Список литературы

### Книги, монографии, сборники, учебные пособия

*На русском языке:*

1. Галустян А.А., Кульчицкая Д.Ю. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новый медиа изменили журналистику 2012-2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной (совместное издание с Гуманитарным университетом). 2016. <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/>.
2. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе: учеб. пособие для вузов. М. РИП-холдинг. 2007. [https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwiVjOmtlbXRAhUDCiwKHUXJBeUQFgg0MAI&url=http%3A%2F%2Fweb-local%2Fprep%2Frj%2Ffiles.php%3F%3Dpf\\_bcf6082cb2d1b4eb05c899e1634b66fd&usg=AFQjCNFCRuX2yaVRJFMkxJhDoRUBkHhGvg&sig2=awQ5ak7zdUEhivhyrGc1sQ](https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwiVjOmtlbXRAhUDCiwKHUXJBeUQFgg0MAI&url=http%3A%2F%2Fweb-local%2Fprep%2Frj%2Ffiles.php%3F%3Dpf_bcf6082cb2d1b4eb05c899e1634b66fd&usg=AFQjCNFCRuX2yaVRJFMkxJhDoRUBkHhGvg&sig2=awQ5ak7zdUEhivhyrGc1sQ)
3. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М. 2010. 200 стр. <http://www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf>.
4. Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. М. Аспект Пресс. 2010. <http://www.studfiles.ru/preview/2916413/>.
5. Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. М.

- Изд-во Моск. ун-та. 2008. <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.htm>.
6. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Изд-во Михайлова В. А. 2000. Стр. 138. <http://evartist.narod.ru/text5/64.htm>.
  7. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества: Учеб. пособие для студентов вузов / Г.В. Лазутина, С.С. Распопова. М. Аспект Пресс. 2011. 320 стр. <http://knigi.link/jurnalistiki-janryi/janryi-jurnalistiskogo-tvorchestva-ucheb.html>.
  8. Мирошниченко А. Форматы подачи и упаковки контента в условиях медиаконвергенции. Сторителлинг и как пытаются выживать длинные форматы // Медиаконвергенция, которая изменила мир? / Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции. Под ред. М.С. Корнева. М. 2014. <http://www.slideshare.net/mkornev/ss-33893336>.
  9. Мисонжников Б.Я. Мультимедиа в системе журналистики (Вступительная статья) // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. Мультимедийный потенциал журналистики. № 1 10. / Отв. ред. Б.Я. Мисонжников. СПб. С.-Петербург. ун-т, И-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаци». 2016. 176 стр. [http://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1475584575\\_4461.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1475584575_4461.pdf).
  10. Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки. СПб: Изд-во Михайлова В.А. 2004. [http://evartist.narod.ru/text6/06.htm#з\\_02](http://evartist.narod.ru/text6/06.htm#з_02).
  11. Пуля В.Ю. Журналист-дирижер и пять уровней восприятия медиа медиаконвергенции // Медиаконвергенция, которая изменила мир? / Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции. Под ред. М.С. Корнева. М. 2014. <http://www.slideshare.net/mkornev/ss-33893336>.
  12. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М. «Аспект пресс». 2000. Стр. 312. <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm>.

*На иностранном языке:*

1. Galustyan A.A., Kulchitskaya D.Yu. Multimedia longread stories as a new format for online journalism: Snowfall projects and other experiments with content // World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. 2015. P. 200—226. <http://goo.gl/kJTaYF>.
2. Jenkins H. Convergence culture: Where Old and New Media collide // New York University Press. 2006. <https://www.hse.ru/data/2016/03/15/1127638366/Henry%20Jenkins%20Convergence%20culture%20where%20old%20and%20new%20media%20collide%20%202006.pdf>.

## **Научные статьи**

*На русском языке:*

1. Аникина М.Е., Ермошкина Т.А., Исаков Д.З., Кобзев М.В. и др. Восприятие длинных текстов поколением «цифровых островитян» // Медиаскоп. 2016. Вып. 1. <http://mediascope.ru/?q=node/2089>.
2. Баранова Е.А. Новые формы предоставления контента на сайтах российских газет // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2016. Том 1. № 3. <http://elibrary.ru/download/31563088.pdf>.
3. Бондаренко М.И., Витвинчук В.В. Лонгрид как новый жанр отечественной журналистики // NovaInfo.ru. 2016. № 46. <http://novainfo.ru/article/6230>.
4. Булаева М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник. Национальный исследовательский Томский государственный университет. 2015. № 4. Стр. 121-123. <http://elibrary.ru/download/51416757.pdf>.
5. Булаева М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый формат текста в Интернет-СМИ // Наука Южно-Уральского государственного университета. Материалы 67-й научной конференции. 2015. <http://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/0001.74/5463/4.pdf?sequence=1>.

6. Воробьева Д.К. Жанрово-композиционные особенности лонгрида // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 11. Стр. 3061–3065. <https://e-koncept.ru/2016/86647.htm>.
7. Гильманова А.Н. Жанровые формы в российских и зарубежных интернет-СМИ // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2015. №6. <http://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovye-formy-v-rossiyskih-i-zarubezhnyh-internet-smi>.
8. Дмитриевский А.Л. Жанры журналистики // Ученые записки ОГУ. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2014. №4. <http://cyberleninka.ru/article/n/zhanry-zhurnalistiki>.
9. Золотухин А.А., Мажарина Ю.Н. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 2. <http://elibrary.ru/download/15881478.pdf>.
10. Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. № 1. <http://www.mediascope.ru/node/1691>.
11. Лазутина Г.В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. <http://library.ua/m/articles/view/жанр-и-формат-в-терминологии-современной-журналистики>.
12. Латенкова В.М. Самарцев О.Р. Методические и творческие проблемы обучения технологии «лонгрида» в практике подготовки журналистов // «Век информации» №2. СПб.: С.-Петербург. ун-т, И-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаци». 2016. [http://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1461579769\\_3584.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1461579769_3584.pdf).
13. Месеняшина Л.А. И еще раз о жанре и формате / Л. А. Месеняшина //

- Вестник Челябинского государственного университета. 2014, № 26. Стр. 73-75. <http://www.lib.csu.ru/vch/383/017.pdf>.
14. Месеняшина Л.А. Категория формата как реализация «пассивной жанровой грамматики» в СМИ // Когнитивные исследования языка. Вып. 18. Язык, познание, культура: методология когнитивных исследований. Челябинск, 2014. Стр. 534–537. <http://www.lib.csu.ru/vch/326/020.pdf>.
  15. Прасолова Е.В. Мультимедийная история в аспекте современной текстологии // Медиаскоп. 2016. Вып. 1. <http://mediascope.ru/?q=node/2080>.
  16. Пуля В.Ю. Как создать мультимедийный лонгрид // «Журналист». 2015. № 2. <http://mediatoolbox.ru/longread/index.html>.
  17. Распопова С.С. О понятии «жанр» в теории журналистики // «Вестник Челябинского государственного университета». №6 (260). 2012. <http://cyberleninka.ru/article/n/o-ponyatii-zhanr-v-teorii-zhurnalistiki>.
  18. Солганик Г.Я. Формат и жанр как термины // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545558>.
  19. Сумская А.С. Синтез лонгрида и лендинга – новый формат интерактивного повествования / А.С. Сумская // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург. 2016. Стр. 130-134. [http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/38272/1/journ\\_staff\\_2016\\_33.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/38272/1/journ_staff_2016_33.pdf).
  20. Сурикова Т.И. Смысловое поле понятия «формат» в массовой коммуникации / Т.И. Сурикова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. Стр. 25-29. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545559>.
  21. Тепляшина А.Н. Влияние конвергентных процессов на жанрообразование в сетевой журналистике // Современная периодическая печать в контексте

коммуникативных процессов. Санкт-Петербургский государственный университет. №1. 2016. Стр. 166-174. [Электронный ресурс]. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=26347286>.

22. Цвик В.Л. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы / В.Л. Цвик // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 6. Стр. 52-55. <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545563>.

*На иностранном языке:*

1. Jacobson S., Marino J., Gutsche R. The digital animation of literary journalism // Journalism. 2015. DOI: 10.1177/1464884914568079. <http://www.robertgutschejr.com/wp-content/uploads/2011/01/Gutsche-digital-literary-Journalism.pdf>.
2. Kulchitskaya D.Yu. Multimedia text in journalism: an analysis of Russian and American mass media // World of media. Journal of Russian media and journalism studies. Некоммерческое партнерство «Национальная ассоциация масс-медиа исследователей». М. №4. 2014. Стр. 265-275. [http://elibrary.ru/download/elibrary\\_21590540\\_11936013.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_21590540_11936013.pdf).

**Научные доклады**

1. Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ: методический семинар. 2009. <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/221>.
2. Магай И.П. Диктатура формата // Медиаскоп: материалы межкафедрального семинара «Динамика жанров и форматов». <http://www.mediascope.ru/node/520>.
3. Понятие «формат»: расширение диапазона значений и системные характеристики СМИ // Медиаскоп: материалы межкафедрального семинара «Динамика жанров и форматов». <http://www.mediascope.ru/node/520>.

## Электронные ресурсы

*На русском языке:*

1. Гришин А. Сторителлинг: исчерпывающее руководство // «Редактор». 2014. <https://www.editor.ru/storytelling-missing-manual/>.
2. Гришин А. Сторителлинг: как написать вдохновляющую историю // «Редактор». 2014. <https://www.editor.ru/storitelling-how-to-write-an-inspiring-story/>.
3. Запускалов А. Я так люблю, когда большой. Лонгрид, пожалуйста! Могут ли длинные тексты стать основной формой для СМИ в будущем? // HungryShark.ru. 2013. <http://hungryshark.ru/articles/ya-tak-lyublyu-kogda-bolshoy>.
4. Колотилов В. Интерактивные статьи, которые учат по-новому рассказывать истории // Mediakritika.by. 2014. <http://mediakritika.by/article/2212/interaktivnyye-stati-kotorye-uchat-po-novomurasskazyvat-istorii>.
5. Новый формат интерактивного повествования в исполнении New York Times // Центр социологических и медийных исследований МИА «Россия сегодня». 2013. <http://research.ria.ru/audience/20131118/918663977.html>.
6. Обухов Н. 10 правил сторителлинга // Theory & Practice. <http://special.theoryandpractice.ru/storytelling>.
7. Обухов Н., Смирнова И. 35 лонгридов с отличным дизайном // Tilda Publishing. <http://blog.tilda.cc/longreads>.
8. Почему лонгриды (англ. «longread») нравятся читателям? // Центр социологических и медийных исследований МИА «Россия сегодня». 2014. <http://research.ria.ru/content/20140131/918683235.html>.
9. Сеансу отвечают: формат // «Сеанс». 2010. № 29/30. <http://seance.ru/n/29-30/vertigo-nulevyie/format/format-mnenia>.

*На иностранном языке:*

1. Akrkhangelskaya S. The Siberian plague // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/siberian\\_plague/](http://rbth.com/longreads/siberian_plague/).
2. Almukhtar S., Watkins D. How One of the Deadliest Hajj Accidents Unfolded // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/09/06/world/middleeast/2015-hajj-stampede.html>.
3. Bernstein N. Unearthing the Secrets of New York's Mass Graves // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/05/15/nyregion/new-york-mass-graves-hart-island.html>.
4. Bogdanich W., Méndez A., Williams J. The New Panama Canal: A Risky Bet // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/22/world/americas/panama-canal.html>.
5. Branch J. The Snowfall. The Avalanche at Tunnel Creek // The New York Times. 2012. <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>.
6. Buchanan L., McDonald B., Parlapiano A. Rural Voters Can Swing the Iowa Caucuses. Meet Five of Them // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/01/28/us/elections/rural-iowa-election.html>.
7. Casey N. Climate Change Claims a Lake, and an Identity // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/07/07/world/americas/bolivia-climate-change-lake-poopo.html>.
8. Corcoran L. I thought long form was dead – then I saw these awesome stats // NewsWhip. 2013. <http://blog.newswhip.com/index.php/2013/12/article-length>.
9. Donina D. Moscow. Blow Up: A short history of Moscow on film // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://moscow-film-history.rbth.com/>.
10. Duenes S., Kissane E., Kueneman A., Myint J., Roberts G., Spangler C. How

- We Made Snow Fall: A Q&A with the New York Times team // OpenNews Project. 2013. <https://source.opennews.org/articles/how-we-made-snow-fall/>.
11. Galayda A. Russia's 5 best-known ballets // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/5-russian-ballets/>.
  12. Grabowicz P., Hernandez R., Rue J. Taxonomy of Digital Story Packages // Digital Media Courses – University of California, Berkeley. 2014. <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/taxonomy-digital-story-packages/>.
  13. Greenfield R. What the New York Times's «Snow Fall» Means to Online Journalism's Future // The Atlantic. 2012. <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/12/new-york-times-snow-fall-feature/320253/>.
  14. Gruzdeva A. Aginsky Datsan: The house of ringing bells // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/aginsky-datsan/>.
  15. Gruzdeva A. Malaya Siya: A village of this world and the one below it // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/malaya-siya/>.
  16. Gruzdeva A. Stolby National Park: A home for a man of the forest // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/living-in-siberia-krasnoyarsk/>.
  17. Gruzdeva A. Welcome to Poverty Town // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/living-in-siberia-omsk/>.
  18. Junod T. The Dominance of Looooong in the Age of Short // Esquire. 2013. <http://www.esquire.com/entertainment/books/reviews/a24818/the-dominance-of-loooooong-in-the-age-of-short-1013/>.
  19. Keller J., Pearce A. This small Indiana county sends more people to prison than San Francisco and Durham, N.C., combined. Why? // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/2016/09/02/upshot/new-geography-of-prisons.html>.

20. Khantsevich O. Gems for Tolstoy: Russian jewelry stars in new BBC adaptation of «War and Peace» // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://war-and-peace.rbth.com/>.
21. Lohse P. How to survive the longest trolleybus route in the world // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://rbth.com/longreads/crimea-trolleybus/>.
22. MacDonald B. Why Russia could put night trains back on the rails in Europe // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/politics\\_and\\_society/2016/11/05/why-russia-could-put-night-trains-back-on-the-rails-in-europe\\_644159](http://rbth.com/politics_and_society/2016/11/05/why-russia-could-put-night-trains-back-on-the-rails-in-europe_644159).
23. Melnikova V. English St. Petersburg: How dandies and ale came to the banks of the Neva // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/arts/2016/06/20/english-st-petersburg-how-dandies-and-ale-came-to-the-banks-of-the-neva\\_604617](http://rbth.com/arts/2016/06/20/english-st-petersburg-how-dandies-and-ale-came-to-the-banks-of-the-neva_604617).
24. Osipova I. How to read and comprehend a Russian icon // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/Russian\\_icons/](http://rbth.com/longreads/Russian_icons/).
25. Sharp N. The future of longform. A conference at the Columbia Journalism School explored the craft's digital prospects // Columbia Journalism Review. 2013. [http://www.cjr.org/behind\\_the\\_news/longform\\_conference.php](http://www.cjr.org/behind_the_news/longform_conference.php).
26. Silverstein J. The New York issue. 800 feet above the city // The New York Times. 2016. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/06/05/magazine/new-york-life.html#/man-on-spire-man-on-spire-world-trade-center-climb-jimmy-chin>.
27. Sinelschikova E. 2016 in pictures: A nerve-racking year for Russia // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/2016\\_in\\_pictures/](http://rbth.com/longreads/2016_in_pictures/).
28. Sonderman J. How The New York Times' «Snow Fall» project unifies text, multimedia / S. Duenes // Poynter. 2012. <http://www.poynter.org/2012/how-the-new-york-times-snow-fall-project-unifies-text-multimedia/198970/>.

29. Stevens J. What Is a Multimedia Story? // Digital Media Courses – University of California, Berkeley. 2013. <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinish/>.
30. Strelavina D. Caviar: Russia's original black gold // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/black\\_caviar/](http://rbth.com/longreads/black_caviar/).
31. Taplin P. Russian walks: London // Russia Beyond The Headlines. 2016. <http://london-walks.rbth.com/>.
32. Ustinova N. How Russian animation «Masha and the Bear» won the hearts of the world // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/masha\\_and\\_bear/](http://rbth.com/longreads/masha_and_bear/).
33. Varlamova D. Living to dance, dancing to live: The Russian ball, a cultural phenomenon // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/russian\\_balls/](http://rbth.com/longreads/russian_balls/).
34. Washington Post visitors decline while New York Times keeps its lead // Business Insider. 2016. <http://uk.businessinsider.com/washington-post-visitors-decline-while-new-york-times-keeps-its-lead-2016-5?r=US&IR=T>.
35. Yegorov O. Russia in Syria one year on: What has been achieved? // Russia Beyond The Headlines. 2016. [http://rbth.com/longreads/russia\\_in\\_syria/](http://rbth.com/longreads/russia_in_syria/)

**Приложение 1. Содержательные особенности лонгридов «Нью-Йорк Таймс» (таблица)**

	Название лонгрида	Объем (количество слов)	Страна	Предмет отображения	Сфера общества
1	Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом	17.112	США	Феномен отстраивающегося вверх Манхэттена; влияние современного строительства на экономику города и окружающую среду; жители небоскребов	Культура, общество, экономика
2	Изменение климата уничтожает озеро – и традиционный уклад жизни	2.887	Боливия	Влияние изменения климата на жизнь коренного населения Боливии	Культура, общество
3	Фермеры могут изменить ход кокусов в Айове. Вот пять из них	2.253	США	Феномен резкого увеличения количества заключенных в «белых», фермерских, политически консервативных регионах США – в то время как общее число людей в американских тюрьмах за последние годы значительно сократилось	Общество, политика
4	Как разворачивался один из наиболее трагичных эпизодов хаджа	1813	США	Глубокая вовлеченность фермерского населения Айовы в политический процесс, представляющая собой образец демократии	Общество, политика
5	Почему этот небольшой округ Индианы отправляет в тюрьмы больше людей, чем Сан-Франциско и Дарем (Северная Каролина) вместе взятые?	2807	Саудовская Аравия	Паломничество в Мекку 2015 года, унесшее рекордное количество жизней; история человека, который выжил в давке	Культура, общество
6	Новый Панамский канал: рискованная ставка	7540	Панама	Завершение масштабной реконструкции Панамского канала: целесообразность, проблемы и риски	Общество, экономика

7	Что скрывают массовые захоронения Нью-Йорка	7488	США	Расследование о городском кладбище на острове Харт-Айленд: кто и каким путем оказывается захороненным в общей могиле; судьбы ньюйоркцев, оказавшихся на Харт-Айленде после смерти;	Общество
---	---	------	-----	--	----------

**Приложение 2. Содержательные особенности лонгридов «Нью-Йорк Таймс»: источники информации и методы отображения (таблица)**

	Название лонгрида	Источники информации							Методы отображения								
		Очевидцы	Эксперты	Официальные лица	Документы	Личные наблюдения	Результаты эксперимента	Другие СМИ	Наблюдение	Проработка документов	Интервью, беседа, опрос	Эксперимент	Теоретические методы	Образно-экспрессивный язык	Художественное изображение	Психологизм	Художественная реконструкция событий
1	Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0
2	Изменение климата уничтожает озеро – и традиционный уклад жизни	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0
3	Фермеры могут изменить ход кокусов в Айове. Вот пять из них	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0
4	Как разворачивался один из наиболее трагичных эпизодов хаджа	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0
5	Почему этот небольшой округ Индианы отправляет в тюрьмы больше людей, чем Сан-Франциско и Дарем (Северная Каролина) вместе взятые?	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1

6	Новый Панамский канал: рискованная ставка	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0
7	Что скрывают массовые захоронения Нью-Йорка	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1

«1» обозначает наличие источника / метода, «0» – отсутствие.

**Приложение 3. Содержательные особенности лонгридов «РВТН» (таблица)**

	Название лонгрида	Объем (количество слов)	Страна	Предмет отображения	Сфера общества
1	Драгоценности для Толстого: российские ювелирные украшения в новой экранизации «Войны и мира» «Би-Би-Си»	1371	Россия	Создание коллекции ювелирных украшений для нового сериала – экранизации «Войны и мира» «Би-Би-Си»	Культура
2	Икра: черное золото родом из России	1723	Россия	История русского деликатеса	Культура, экономика
3	Прогулки по русскому Лондону	7970	Великобритания, Россия	Места, связанные с Россией, ее культурой и историей на карте Лондона	Культура
4	«Английский» Санкт-Петербург: денди и эль на берегах Невы	1958	Россия	Английские места Санкт-Петербурга; история британско-российских отношений	Культура, политика
5	Как расшифровать и постичь русскую икону	1636	Россия	Искусство русской иконописи: композиция, цвета, детали, каноны; интерпретация	Культура
6	Как российский анимационный сериал «Маша и Медведь» завоевал сердца людей во всем мире	1121	Россия	История создания и причины популярности мультсериала «Маша и Медведь», ставшего трендовым как в России, так и за рубежом	Культура
7	Сибирская «чума»	1483	Россия	Вспышка сибирской язвы, произошедшая в Ямало-Ненецком автономном округе летом 2016 года	Культура, общество

8	Российская военная кампания в Сирии: итоги года	1946	Россия, Сирия	Российская военная кампания в Сирии	Политика, Общество
9	Агинский дацан: место, где звенят священные колокола	960	Россия	Особенности жизни в буддийском монастыре – рассказ очевидца	Культура
10	Почему Россия может вернуть в Европу поезда дальнего следования	1682	Россия, страны Европы	Поезда дальнего следования как специфическая реалия российского общественно-культурного пространства	Политика, общество
11	Малая Сья: деревня этого мира – и то, что скрывается под ней	829	Россия	Сибирская деревня, практически отрезанная от жизни, и ее жители	Культура
12	Добро пожаловать в «Беднотаун»	908	Россия	Творчество поп-арт художника из Омска	Культура
13	Краткая история Москвы в российском кинематографе	5267	Россия	Москва как предмет отображения российского кинематографа: 1910 – 2000	Культура
14	Как «выжить» в самом длинном троллейбусном маршруте в мир	1256	Россия	Путешествие немецких туристов по Крыму на троллейбусе	Культура, общество
15	Заповедник «Столбы» стал для человека домом	1220	Россия	Сибирский заповедник «Столбы» как уникальное, специфическое место работы и жизни	Культура
16	2016 в фотографиях: тревожный год для России	765	Россия	Обзор наиболее значимых для России событий 2016 года	Культура, общество, политика, экономика

17	Жизнь танцюя: русский бал как культурный феномен	1648	Россия	Бал как феномен русской культуры	Культура
18	Пять наиболее известных балетных постановок из России	1775	Россия	Обзор наиболее известных российских балетных спектаклей	Культура

**Приложение 4. Содержательные особенности лонгридов «РВТН»:  
источники информации и методы отображения (таблица)**

	Название лонгрида	Источники информации						Методы отображения									
		Очевидцы	Эксперты	Официальные лица	Документы	Личные наблюдения	Результаты эксперимента	Другие СМИ	Наблюдение	Проботка документов	Интервью, беседа, опрос	Эксперимент	Теоретические методы	Образно-экспрессивный язык	Художественное изображение	Психологизм	Художественная реконструкция событий
1	Драгоценности для Толстого: российские ювелирные украшения в новой экранизации «Войны и мира» «Би-Би-Си»	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
2	Икра: черное золото родом из России	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0
3	Прогулки по русскому Лондону	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
4	«Английский» Санкт-Петербург: денди и эль на берегах Невы	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
5	Как расшифровать и постичь русскую икону	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0

6	Как российский анимационный сериал «Маша и Медведь» завоевал сердца людей во всем мире	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
7	Сибирская «чума»	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0
8	Российская военная кампания в Сирии: итоги года	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0
9	Агинский дацан: место, где звенят священные колокола	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0
10	Почему Россия может вернуть в Европу поезда дальнего следования	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0
11	Малая Сья: деревня этого мира – и то, что скрывается под ней	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0
12	Добро пожаловать в «Беднотаун»	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0
13	Краткая история Москвы в российском кинематографе	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0
14	Как «выжить» в самом длинном троллейбусном маршруте в мир	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0
15	Заповедник «Столбы» стал для человека домом	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0

16	2016 в фотографиях: тревожный год для России	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
17	Жизнь танцую: русский бал как культурный феномен	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1
18	Пять наиболее известных балетных постановок из России	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0

«1» обозначает наличие источника / метода, «0» – отсутствие.

**Приложение 5. Мультимедийная специфика лонгридов «Нью-Йорк Таймс»: базовый уровень (таблица)**

	Название лонгрида	Мультимедийные элементы					Степень мультимедийности (%)
		Текст	Фото	Видео	Графика	Аудио	
1	Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом	1	1	1	1	1	100
2	Изменение климата уничтожает озеро – и традиционный уклад жизни	1	1	0	1	0	60
3	Фермеры могут изменить ход кокосов в Айове. Вот пять из них	1	1	0	1	0	60
4	Как разворачивался один из наиболее трагичных эпизодов хаджа	1	0	1	1	0	60
5	Почему этот небольшой округ Индианы отправляет в тюрьмы больше людей, чем Сан-Франциско и Дарем (Северная Каролина) вместе взятые?	1	1	0	1	0	60
6	Новый Панамский канал: рискованная ставка	1	1	1	1	0	80
7	Что скрывают массовые захоронения Нью-Йорка	1	1	1	1	0	80

«1» обозначает наличие мультимедийного элемента, «0» – отсутствие.

**Приложение 6. Мультимедийная специфика лонгридов «РВТН»: базовый уровень (таблица)**

	Название лонгрида	Мультимедийные элементы					Степень мультимедийности
		Текст	Фото	Видео	Графика	Аудио	
1	Драгоценности для Толстого: российские ювелирные украшения в новой экранизации «Войны и мира» «Би-Би-Си»	1	1	0	1	0	60
2	Икра: черное золото родом из России	1	1	1	0	0	60
3	Прогулки по русскому Лондону	1	1	1	1	0	80
4	«Английский» Санкт-Петербург: денди и эль на берегах Невы	1	1	0	0	0	40
5	Как расшифровать и постичь русскую икону	1	1	0	1	0	60
6	Как российский анимационный сериал «Маша и Медведь» завоевал сердца людей во всем мире	1	1	1	0	0	60
7	Сибирская «чума»	1	1	1	0	0	60
8	Российская военная кампания в Сирии: итоги года	1	1	1	1	0	80
9	Агинский дацан: место, где звенят священные колокола	1	1	0	1	0	60
10	Почему Россия может вернуть в Европу поезда дальнего следования	1	1	0	0	0	40
11	Малая Сяя: деревня этого мира – и то, что скрывается под ней	1	1	0	1	0	60
12	Добро пожаловать в «Беднотаун»	1	1	0	1	0	60
13	Краткая история Москвы в российском кинематографе	1	1	0	0	0	40
14	Как «выжить» в самом длинном троллейбусном маршруте в мир	1	1	0	1	0	60
15	Заповедник «Столбы» стал для человека домом	1	1	1	1	0	80
16	2016 в фотографиях: тревожный год для России	1	1	0	0	0	40

17	Жизнь танцюя: русский бал как культурный феномен	1	1	0	0	0	40
18	Пять наиболее известных балетных постановок из России	1	1	1	0	1	80

«1» обозначает наличие мультимедийного элемента, «0» – отсутствие.

**Приложение 7. Мультимедийная специфика лонгридов «Нью-Йорк Таймс»: расширенный уровень (таблица)**

	Название лонгрида	Мультимедийные элементы																		
		Текст	Статичная иллюстрация	Статичная инфографика: <i>giagramma</i>	Статичная инфографика: <i>graphica</i>	Статичная инфографика: <i>table</i>	Статичная инфографика: <i>chart</i>	Статичная инфографика: <i>schema</i>	Простая диаграмма инфографика	Сложная статичная инфографика	Сложная динамичная инфографика	Инфографика: оперативная 3D-реконструкция	Анимация	Фотогалерея / фотолента	Аудиосюжет	Аудиоиллюстрация	Видеосюжет	Видеоиллюстрация	Видеогалерея	Параллельные проекции
1	Нью-Йоркский выпуск. 800 футов над городом	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0
2	Изменение климата уничтожает озеро – и традиционный уклад жизни	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
3	Фермеры могут изменить ход кокусов в Айове. Вот пять из них	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	Как разворачивался один из наиболее трагичных эпизодов хаджа	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0

5	Почему этот небольшой округ Индианы отправляет в тюрьмы больше людей, чем Сан-Франциско и Дарем (Северная Каролина) вместе взятые?	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
6	Новый Панамский канал: рискованная ставка	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
7	Что скрывают массовые захоронения Нью-Йорка	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0

«1» обозначает наличие мультимедийного элемента, «0» – отсутствие.

**Приложение 8. Мультимедийная специфика лонгридов «РВТН»:  
расширенный уровень (таблица)**

	Название лонгрида	Мультимедийные элементы																		
		Текст	Статичная иллюстрация	Статичная информация: графика: <i>gi st og ра ма</i>	Статичная информация: графика: <i>gr а ф и к</i>	Статичная информация: графика: <i>т аб ли ца</i>	Статичная информация: графика: <i>ка р т а</i>	Статичная информация: графика: <i>сх е м а</i>	Простая диаграмма: информация: графика	Сложная статическая информация: графика	Сложная динамическая информация: графика	Инфографика: оперативная 3D-реконструкция	Анимация	Фотогалерея / фотолента	Аудиосюжет	Аудиоиллюстрация	Видеосюжет	Видеоиллюстрация	Видеогалерея	Параллельная проекция
1	Драгоценности для Толстого: российские ювелирные украшения в новой экранизации «Войны и мира» «Би-Би-Си»	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
2	Икра: черное золото родом из России	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1
3	Прогулки по русскому Лондону	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
4	«Английский» Санкт-Петербург: денди и эль на берегах Невы	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	Как расшифровать и постичь русскую икону	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1

6	Как российский анимационный сериал «Маша и Медведь» завоевал сердца людей во всем мире	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1
7	Сибирская «чума»	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1
8	Российская военная кампания в Сирии: итоги года	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1
9	Агинский дацан: место, где звенят священные колокола	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
10	Почему Россия может вернуть в Европу поезда дальнего следования	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	Малая Сья: деревня этого мира – и то, что скрывается под ней	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
12	Добро пожаловать в «Беднотаун»	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
13	Краткая история Москвы в российском кинематографе	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
14	Как «выжить» в самом длинном троллейбусном маршруте в мире	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1

1 5	Заповедник «Столбы» стал для человека домом	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1
1 6	2016 в фотографиях: тревожный год для России	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1 7	Жизнь танцюя: русский бал как культурный феномен	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
1 8	Пять наиболее известных балетных постановок из России	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1

«1» обозначает наличие мультимедийного элемента, «0» – отсутствие.