

ЛОНГРИД, СНОУФЛЛ, МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ИСТОРИЯ – КАК НОВЫЕ ВЕРШИНЫ ЖУРНАЛИЗМА?

А. А. Золотухин, Ю. Н. Мажарина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 12 февраля 2015 г.

Аннотация: *в статье исследуются современные мультимедийные форматы классических жанров журналистики.*

Ключевые слова: *лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история, очерк.*

Abstract: *the article deals with modern multimedia formats classical genres of journalism.*

Key words: *longridge, snowfall, multimedia story, essay.*

Отечественная журналистика меняется вслед за мировой. Не медленно, но и не так стремительно, как считают некоторые современные исследователи. Проиллюстрируем этот тезис двумя цитатами, отстоящими друг от друга расстоянием в двадцать один год.

Январь 2015 года. Комментируя реорганизацию в одной из классических воронежских газет, издаваемой региональными властями, чиновник областного правительства от медиа не стал отрицать, что «контент издания может измениться». Объясняет он это современными тенденциями, появлением новых жанров – например, лонгридов.

– У читателей меняются предпочтения, поэтому мы будем следовать современным тенденциям» [1].

Апрель 1993 года. В журнале «Журналист» появились размышления тогда еще молодого, но уже знаменитого журналиста Александра Терехова о природе очерка и о его смерти в новые времена отечественной журналистики:

«Очерк был несущей опорой всего строения, от него тянулись лучики в каждый жанр, и когда он рухнул, вслед за ним полетели в небытие зарисовки, корреспонденции, советские информации, репортажи.

Очерк был высшим пилотажем. Очерк был очерченный мелом круг, за который не могла переступить нечистая сила, и люди, умеющие его чертить, считались звездами газеты, газета была для них, вокруг них. Задохнулся очерк, и перевернулось представление о журналистском мастерстве. Ни один из былых королей не удержал трон в новые времена, все померкли, приведенные в соответствие с курсом доллара <...>. Очерк нас манил героическим, героем. Нет, не тем, о ком писали, а героем, который писал.

Мы представляли его таким: совершенно свободно гуляющим по редакционным коридорам, не берущимся за денежную, но нетворческую работу, ему платят за то, что он думает, а не за то, сколько он пишет, он пишет раза три в год – но как! Он беден, но горд. Да, вот сейчас я понял: мы хотели быть гордыми. Вот это не вышло. Было бы странно, если негр в соломенной юбке гордо смотрел на американца в вертолете. Нам это пришлось понять и приходится <...>. Лучшим будущим для меня, например, было время, когда за такими, как Василий Песков, будут закреплены парикмахер, массажист, дача и платить ему будут по сто рублей за строчку и возить на машине» [2, 3].

Итак, в начале 1990-х журналист печалится уходу с газетных страниц очерков. В 2015 м чиновник радуется приходу в бумажные и интернет-СМИ лонгридов – длинных текстов, публикаций, историй, рассказанных с помощью разнообразных видов контента. Времена вновь изменились?

То, что в теории отечественной журналистики называлось художественной публицистикой, сегодня на Западе называют просто longform, longread или «журналистика длинной формы». 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! И предлагает читателю не просто чтение, но целый опыт переживаний через различные способы проникновения в суть материала.

В дословном переводе лонгрид (англ. long – «длинный» и read – «читать») – «долгое чтение». Действительно, медийные лонгриды – это длинные истории, исследующие глубинные закономерности общественных процессов, включая бытие отдельной личности, человека.

Недавно, сравнив топ-10 материалов пяти крупных зарубежных медиа (The New York Times, BBC, The Huffington Post, CNN, The Guardian), эксперты из Newswhip пришли к выводу, что у объёмных материалов (свыше 1 200 слов) показатели популярности не менее высоки, чем у кратких заметок объёмом до 500 слов [3]. Так, история об австралийских беженцах («The dream boat»), рассказанная журналистами The New York Times и по объёму превышающая 10 000 слов, получила 47 000 лайков и расшариваний [4], что чрезвычайно редко встречается у публикаций малого объема.

Не можем не заметить, что, судя по многочисленным наблюдениям, при коммуникации читателя с лонгридом изменяется и ее суть. Читатель, если его вообще можно так назвать, не прочитывает, а сканирует произведение журналистов, знакомится с ним. Редкий читатель прочитывает текст лонгрида от начала до конца. Так на практике происходит обесценивание глубинного смысла слова. Разнообразные логические и образные ресурсы, заложенные в нем, не воспринимаются, не усваиваются, становятся малоэффективными. Это серьезный коммуникационный конфликт, вызов мировой журналистике, который журналистскому сообществу необходимо разрешать уже в ближайшей перспективе.

Тем не менее получается, что на современном этапе аудитория СМИ отдаёт предпочтение не только маленьким заметкам, но и длинным, подробным материалам? Как когда-то отдавала предпочтение классическим объёмным жанрам: очерку, статье.

Успех лонгридов во многом определяет сам предмет отображения. Это истории, связанные не только с резонансными событиями, но и с необычными объектами действительности, удивительными судьбами. «Возвращение лонгрида лишней раз напоминает нам, людям, об осознании нашей сложной человеческой природы в цифровой век больших данных, дефицита времени и внимания», пишет Том Джуно (Esquire) [5].

В условиях нарастания информационного шума и непрекращающихся информационных войн, которые ознаменовали последние годы, у аудитории произошло «переедание информационным фастфудом» и возникло закономерное желание обстоятельно разобраться в сути событий, сопереживать им. Лонгриды как нельзя лучше помогают сделать это, детально рассматривая с разных сторон заявленную тему. В основе лонгрида обязательно лежит глубинное социологическое, публицистическое, художественное исследование предмета, будь то ситуация реальной действительности или человек в какой-то из его ипостасей.

В западном журналистике, как и в отечественном, такой подход во все времена сохранял популярность. К сожалению, многие российские редак-

ции в 1990–2000 годы практически отказались от крупных жанровых форм, посчитали бессмысленным вкладываться в производство больших, качественных, эксклюзивных журналистских произведений. Слишком трудоемким и накладным оказался процесс создания таких материалов, как очерк и статья.

Однако сегодня и в России случилось так, что читатель устал от обилия мелких текстов в многочисленных интернет-СМИ, коротких реплик в Twitter, информационной каши в ленте новостей Facebook. Его вновь привлекают эмоциональные «длинные тексты», содержащие детальные исследования или яркие художественные образы. Именно такие материалы привлекают внимание читателей среди сотен ссылок в сети. Исследования показывают: современный читатель 30 минут свободного времени предпочтёт потратить не на 10 заметок, а на один лонгрид. При условии, что он будет качественным по форме и содержанию.

Эксперты говорят о том, что чаша весов читательского интереса качнулась от журналистики факта к журналистике объяснений, которая рассказывает о сложных событиях и явлениях в доступном формате. Возвращаются в СМИ и объёмные авторские публикации о жизни социума и конкретного человека.

Редакции многих российских медиа (Lenta.ru, Газета.RU, Коммерсантъ, РБК, Сноб, Частный корреспондент и др., включая и немногие пока региональные СМИ), осознав этот факт, начали делать ставку не только на оперативную подачу новостной информации, но и на лонгриды.

Можно выделить два типа лонгридов: традиционные (текст + статичные иллюстрации) и мультимедийные. Пример традиционного лонгрида – очерк «Женщина горной судьбы» Марины Ахмедовой – большой текст о чеченских женщинах, которые «мечтают выйти замуж в Чечне, а родиться в Европе» [6]. Текст помещён на страницу, разбит на блоки, снабжён несколькими фотографиями. «Докрутить» такую публикацию до конца современному читателю становится сложно.

Поняв это, многие российские медиа стали создавать лонгриды мультимедийного формата, опираясь на опыт передовых западных СМИ.

Первым проектом подобного рода в мире принято считать проект команды The New York Times «Snow Fall» («Снегопад»), вышедший в 2012 году. Зарубежные медиаэксперты сразу окрестили его самым лучшим мультимедийным форматом подачи информации. Читательский успех проекта ошеломил самих создателей, а название истории стало нарицательным для новой формы лонгридов в медиа.

«Snow Fall» – это история о 16 лыжниках и сноубордистах, попавших в снежную лавину в Каскад-

ных горах неподалёку от Вашингтона. Фотографии, видео и интерактивная графика буквально оживляют страницу при каждом скролле. На экране завывает вьюга, возникает 3D-модель гор. По словам графического директора проекта Steve Duenes (Стива Дуенеса), команда NYT хотела «найти способы погрузить читателей в мультимедийный формат, затем позволить им пройти через него, а после – выйти. Так, чтобы мультимедийные элементы воспринимались естественной, органичной частью повествования» [7].

Однако гвоздём материала остаётся текст – сама история, состоящая из шести частей. Правда, сколько людей дочитали его до конца?

Ещё одна мультимедийная история от NYT – «A Game of Shark and Minnow» («Игра акулы и пескаря») – также вовлекает читателя в процесс создания истории, делая его со-участником.

Материал, рассказывающий о геополитической борьбе за острова в Южно-Китайском море между Филиппинами и Китаем, начинается с фотографии рыбацкой лодки, «видавшей лучшие дни». Именно на ней автор материала Jeff Himmelman (Джефф Химмельман) и фотограф Ashley Gilbertson (Эшли Гилбертсон) плывут к заброшенному американскому кораблю, расположенному в 105 морских милях от Филиппин и ставшему филиппинским форпостом.

Управляя повествованием при помощи скролла, читатели узнают истории филиппинских военных моряков, живущих на этом корабле. Звук и видео значительно расширяют возможности восприятия этих жизненных историй. Вместе с её героями и автором текста можно совершить экскурсию по заброшенному кораблю, сыграть в баскетбол.

Если же оценить тексты этих двух мультимедийных историй с точки зрения теории отечественных журналистских жанров, то их можно идентифицировать как очерки.

К жанру путевого очерка можно отнести историю Ellen Barry (Эллен Барри) «The Russia Left Behind» («Забывтая Россия»). Эффектная «въездная» фотография: женщина в русском платке на фоне церкви с куполами, – при скролле страницы переходит в карту России с «ниточкой» пути от Санкт-Петербурга до Москвы. Любань, Чудово, Валдай, Починок – девять городов, деревень, посёлков – на пути от одной столицы к другой. Текст дополняют фотографии и видеоролики. Материал представляет типичный западный взгляд на российскую глубинку. Он рассчитан на серьёзное, долгое прочтение, на вдумчивого читателя. Что же узнаёт этот вдумчивый читатель о России? Он узнаёт о цыганской свадьбе в Чудово, о церкви, что на «заднем дворе резиденции Путина под Валдаем», о дорогах, а точнее их отсутствии, в деревнях под Великим Новгородом, о семье

Колесниковых, живущих в заброшенном посёлке, «как будто на острове».

Подтверждением того, что многие мультимедийные лонгриды – это новая форма выражения очеркового жанра, служит и история от британской The Guardian «Seven digital deadly sins» («Семь цифровых смертных грехов») [8]. Схожая по форме (щёлкой на заинтересовавшие видеоролики, читай кусочки текста), эта история изначально ещё шире по содержанию. Журналисты The Guardian ставят перед собой более глобальную задачу: рассказать не одну единственную сильную историю, а воссоздать целую мозаику судеб людей.

«Firestorm» («Огненная буря») от той же The Guardian рассказывает о судьбе простой семьи из Тасмании, едва выжившей после сильнейших лесных пожаров, охвативших остров.

В российских медиа сноуфоллы выходят в основном в формате специальных проектов. Редакция «Коммерсанта» в самом конце 2014 года выпустила «Постолимпийский синдром» [9], в котором предложила читателям разобраться в финансовых, инфраструктурных и координационных проблемах, оставшихся после завершения Зимних Игр в Сочи. В сентябре того же года «Аргументы и факты» выпустили свой сноуфолл «Ад Беслана. Взгляд изнутри» [10]. Четыре истории, четыре взгляда на события сентября 2004 года. Один из последних сноуфоллов «Комсомольской правды» – «Америка заколоченных небоскрёбов» [11].

Мультимедийные лонгриды или сноуфоллы отличает подача материала: обилие интерактивных элементов (инфографика, слайдшоу, видео, аудио-ряд), 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.

Однако успех сноуфоллов определяет не только мультимедийная форма повествования (единство текста, фотографий, видео, звука, инфографики), но и собственно вербальный аспект. Именно текст объединяет мультимедийную историю в единое целое, придает ей аналитичность и художественную остроту.

Подводя предварительные итоги вышесказанному, заметим, что предлагаемые с подачи западной, прежде всего англосаксонской, журналистской школы жанровые обозначения новых, мультимедийных произведений необходимо оценить и классифицировать с точки зрения давно сложившейся отечественной системы журналистских жанров. Не можем не отметить, что некоторую сумятицу в ряды отечественных исследователей журналистики внесли и авторы одного из последних учебных пособий «Интернет-СМИ. Теория и практика» под редакцией

М. М. Лукиной, обозначивших в качестве «вершинного» мультимедийного и синтетического жанра мультимедийную статью.

«Мультимедийная статья – это история, рассказанная с помощью нескольких мультимедийных средств, она собрана таким образом, что с одной стороны, каждая мультимедийная составляющая дополняет и развивает общий рассказ, с другой – недоступность или невозможность воспроизведения одного из элементов не искажает общий смысл сюжета» [12, 269–270], – пишут авторы учебника. Понятно, что традиционно все журналистские произведения называются статьями, это связано с самой этимологией понятия (от лат. *articulus* – «сустав, член, часть целого»). Но в теории отечественных жанров давно существует устоявшийся аналитический жанр – статья, имеющий определенные жанрообразующие характеристики. Логичнее было бы назвать весь корпус объемных мультимедийных произведений с соответствующими признаками мультимедийной историей, тем более, что именно через это понятие определяют жанр уважаемые авторы.

В нашей статье мы остановились на выяснении того факта, что под яркой оболочкой лонгрида, сноуфолла, мультимедийной истории возрождается трансформированный инновационными технологиями очерк. Очевидно, что в жанровом смысле лонгриды могут быть не только очерками, но и корреспонденциями, статьями, журналистскими расследованиями.

В любом случае, чтобы двигаться к новым вершинам журнализма, необходимо не забывать о традиционных качествах и компетенциях журналиста, заключающихся в тонкой, скрупулезной работе со словом – основой мультимедийной истории. Но, безусловно, этих компетенций уже недостаточно, журналисту сегодня нужно получать навыки и опыт создания разных видов визуального контента, а также опыт гармоничного соединения мультиконтента в современное по форме, доступное по содержанию, эстетически совершенное произведение.

*Воронежский государственный университет
Золотухин А. А., доцент кафедры теории и практики журналистики
E-mail: zolotukin@yandex.ru*

*Мажарина Ю. Н., преподаватель кафедры теории и практики журналистики
E-mail: yuliya-mazharina@yandex.ru*

ЛИТЕРАТУРА

1. «Воронежский курьер» войдёт в холдинг РИА «Воронеж» // Воронежский городской портал «360n.ru». – Режим доступа: <http://360n.ru/news/people/51846-voronezhskiy-kurier-voydet-v-holding-ria-voronezh>
2. Терехов А. Правда без милости мучительство есть... / А. Терехов // Журналист. – 1993. – № 4. – С. 3.
3. I thought long form was dead – then I saw these awesome stats // NewsWhip. – Режим доступа: <http://blog.newswhip.com/index.php/2013/12/article-length>
4. Mogelson L. The dream boat / L. Mogelson // The New York Times. – Режим доступа: <http://www.nytimes.com/2013/11/17/magazine/the-impossible-refugee-boat-lift-to-christmas-island.html?pagewanted=all>
5. Juneau T. The Dominance of Loooooong in the Age of Short / T. Juneau // Esquire. – Режим доступа: <http://www.esquire.com/80-things/the-dominance-of-loooooong-in-the-age-of-short-1013>
6. Ахмедова М. Женщина горной судьбы / М. Ахмедова // Ъ-Огонёк. – Режим доступа : <http://www.kommersant.ru/doc/2234324>
7. Duenes S. How The New York Times' 'Snow Fall' project unifies text, multimedia / S. Duenes // Poynter. – Режим доступа : <http://www.poynter.org/news/mediawire/198970/how-the-new-york-times-snow-fall-project-unifies-text-multimedia/>
8. Seven digital deadly sins // The Guardian. – Режим доступа : <http://digital-deadly-sins.theguardian.com/#/Grid>
9. Фёдорова М. Постолимпийский синдром / М. Фёдорова // Коммерсантъ. – Режим доступа: http://kommersant.ru/projects/sochi?utm_content=buffer59fc0&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer
10. Ад Беслана. Взгляд изнутри / Аргументы и факты. – Режим доступа : http://beslan.aif.ru/#_
11. Рукобратский В. Америка заколоченных небо-скрёбов / В. Рукобратский // Комсомольская правда. – Режим доступа : <http://www.kp.ru/daily/real-usa/?view=desktop>
12. Лукина М. М. Интернет-СМИ: Теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / М. М. Лукина. – М., 2010. – 350 с.

*Voronezh State University
Zolotukhin A. A., Associate Professor of the Theory and Practice of Journalism Department
E-mail: zolotukin@yandex.ru*

*Mazharina Y. N. Lecturer of the Theory and Practice of Journalism Department
E-mail: yuliya-mazharina@yandex.ru*