Во все большем количестве российских изданий − как печатных, так и онлайновых − появляются объемные материалы особого типа, за которыми в журналистской среде закрепилось название «длинные тексты» (англ. – long forms) или лонгриды (от англ. − long read – материал, предназначенный для длительного прочтения, в отличие от маленькой заметки).

Сразу же следует оговориться, что объем материала – хотя и наиболее заметная, но не ключевая характеристика лонгрида. Объемными могут быть и материалы других жанров, поэтому сам по себе большой объем текста вовсе не означает, что перед нами лонгрид. Как будет показано в исследовании, лонгриды отличает также особый подход к выбору темы, требования к качеству собранной информации и способ подачи материала.

В исследовании предпринята попытка описать типологические характеристики лонгридов, разобрать особенности их подготовки, а также выявить распространенность лонгридов в современной российской прессе. Еще одной целью исследования является оценка перспектив этого жанра, о котором можно говорить если не как о сложившемся (в принятых на сегодняшний день в научной среде жанровых классификациях лонгрид отсутствует), то как о складывающемся и проникающем во все большее количество изданий.

**Лонгрид как жанр журналистских материалов**

В качестве жанрообразующих признаков журналистских текстов современные исследователи журналистики (А.А. Тертычный, Г.В. Лазутина, С.С. Распопова, О.Р. Самарцев[1](http://www.mediascope.ru/1691#1) и др.) называют предмет отображения, цель творчества, метод исследования материала, широту отображения действительности, выразительно-изобразительные средства, используемые автором, отношение автора к описываемому предмету, а также вид творчества, имеющий особенности и на уровне журналистского материала, и на уровне способа работы над ним.

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.

Однако в современной журналистской практике объем текста все чаще используют как одну из жанровых характеристик. Так, главный редактор интернет-издания Lenta.ru, Г. Тимченко (на момент публикации интервью 22 апреля 2013 г.), комментируя ребрендинг издания, упоминала в том числе «длинные тексты», которыми издание «приросло»[2](http://www.mediascope.ru/1691#2). Что касается конкретных цифр, то в качестве пороговых значений, начиная с которых текст становится «длинным», обычно указывают 1,5−2 тыс. слов[3](http://www.mediascope.ru/1691#3).

Необходимость публикации «длинных текстов», или лонгридов (в данной работе эти термины употребляются как синонимы), объясняется стремлением изданий выделиться из общего информационного потока, преодолеть царящий в Интернете информационный шум[4](http://www.mediascope.ru/1691#4). С помощью новостей это сделать проблематично, так как даже эксклюзивная новость, опубликованная одним изданием, уже спустя минуты появляется на других сайтах. В результате поставщик эксклюзива оказывается в проигрыше. Взяв на себя основную часть издержек по подготовке данной новости, он получает лишь малую часть внимания аудитории, привлеченной этим сообщением. Изменить данную ситуацию не представляется возможным, так как авторское право на содержание журналистской информации не распространяется, и та же самая новость в пересказе другими словами – это формально новое произведение.

В случае же с лонгридом пересказ материала далеко не эквивалентен исходному тексту. Прочитан будет именно лонгрид, и именно на него, а не на дайджесты-перепечатки будут ссылаться в социальных сетях. По данным одного из зарубежных исследований[5](http://www.mediascope.ru/1691#5), девять из десяти наиболее цитируемых в социальных сетях публикаций газеты «Нью-Йорк Таймс» (The New YorkTimes) – лонгриды, а самой цитируемой публикацией, собравшей только в социальной сети Facebook свыше 47 тыс. перепостов, оказался лонгрид объемом в 10,5 тыс. слов об индонезийских нелегальных иммигрантах, стремящихся попасть в Австралию[6](http://www.mediascope.ru/1691#6).

И практикующие журналисты, и исследователи отмечают, что для привлечения внимания читателей в эпоху информационного изобилия и характерного для Интернета клипового восприятия лонгрид должен содержать уникальную и более яркую, более качественную информацию, чем обычно предлагается в СМИ. В англоязычной литературе это названо in-depthreporting[7](http://www.mediascope.ru/1691#7), что подразумевает значительное время и усилия журналиста, потраченные на исследование темы и − как результат − на ее новое понимание, недоступное при поверхностном ознакомлении с темой. Погружение же в тему позволяет затем передать это новое знание и новое понимание в тексте, что станет для читателя вознаграждением за время, потраченное на чтение лонгрида.

Именно глубину погружения в тему, качество собранной информации следует считать главной жанровой характеристикой лонгрида. Журналист должен достичь экспертного понимания темы, что позволит ему заметить многие детали и сделать обоснованные выводы. Глубина погружения проявляется и в количестве источников информации, использованных при подготовке материала, и в количестве примеров, подтверждающих заявленный тренд, и в информативности текста, когда большой объем сочетается с высокой плотностью смысла.

Другая жанровая характеристика лонгрида – особенность темы. Для лонгридов характерны темы, выходящие за рамки одного конкретного случая или ситуации и описывающие либо новое явление, тренд, значимое изменение в обществе (например, суррогатное материнство в современной России[8](http://www.mediascope.ru/1691#8)), либо системное расследование происходящего в какой-то сфере (например, участие российских войск в войне на востоке Украины в июле − сентябре 2014 г.[9](http://www.mediascope.ru/1691#9)).

Иногда к жанровым характеристикам лонгрида относят мультимедийное сопровождение при подаче материала в Интернете. В этой связи некоторые исследователи, например И.В. Стечкин[10](http://www.mediascope.ru/1691#10), называют лонгридами именно мультимедийные проекты, когда видеозаписи и иллюстрации, в том числе анимированные и сопровождающиеся звуковым фоном, являются составной частью опубликованного в Интернете материала. Наиболее известные примеры подобных материалов – проект «Снегопад» (Snowfall)[11](http://www.mediascope.ru/1691#11)американской газеты «Нью-Йорк Таймс» о группе горнолыжников и сноубордистов, попавших под лавину в горах на северо-западе США, и проект российского ИД «Коммерсантъ» «Земля отчуждения»[12](http://www.mediascope.ru/1691#12) о последствиях аварии на Чернобыльской АЭС. В обоих проектах сделана попытка создать с помощью мультимедийных средств эффект присутствия: в первом случае при открытии материала на экране монитора появляется снег со звуком метели, во втором из динамиков начинает раздаваться характерный писк счетчиков Гейгера, указывающий на наличие радиации.

Но, с точки зрения автора данного исследования, мультимедийная составляющая жанровой характеристикой лонгрида не является, так как с использованием мультимедийных средств можно подавать тексты любого жанра. Тем более, что 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».

Поэтому к жанровым характеристикам лонгрида необходимо отнести то существенное, что отличает этот вид текстов от материалов других жанров. Это системность темы (новое явление, системное расследование), глубокое и длительное исследование темы журналистом с использованием большого количества источников информации и большой объем текста в сочетании с высокой плотностью смысла и претензией на исчерпанность данной темы, сложность развить тему дальше, чем это сделал  автор. Что же касается оформления материала, то, несмотря на то что лонгриды хоть и принято сопровождать большим количеством иллюстраций, чем материалы многих других жанров, в число жанрообразующих характеристик нецелесообразно включать иллюстративность и мультимедийность. Лонгрид останется лонгридом, даже если материал будет представлять собой  только текст  без иллюстраций.

Что же касается соотнесенности лонгридов с другими жанрами, то тексты этого жанра следует отнести к группе аналитических жанров. Близким к лонгриду является жанр аналитической статьи: их объединяет глубокое проникновение в тему, представление в материале разных точек зрения и достижение читателем нового понимания предмета после прочтения текста. Однако аналитическая статья обычно строится по принципу научного исследования: гипотеза, аргументы за и против и уточненная с учетом этого гипотеза, которую можно считать истинным знанием. Лонгрид же предусматривает более наглядную подачу материала за счет использования примеров и репортажных вставок, которые не только облегчают восприятие (аналитическая статья пишется в большей мере для интеллектуальной элиты, лонгрид – для широкой аудитории), но и обогащают его. Как именно это делается, будет показано ниже.

**Структура и композиция лонгрида**

Хотя лонгрид как жанр еще только складывается, многие аспекты работы над материалами данного типа разобраны как в российской, так и в зарубежной учебно-методической литературе. Например, М. Григорян выделяет в качестве отдельного жанра «длинные статьи» объемом в 800−2000 слов. Темой для таких материалов может стать «анализ ситуации, рассказ о необычном человеке и повествование о том, как живут люди в странных местах». При подготовке материала М. Григорян рекомендует использовать композиционную схему «зигзаг», чередуя примеры и репортажные фрагменты («краски») с информационными вставками («факты»). Начинать текст следует с человеческой истории, отражающей проблему, завершать материал – другой историей, которая «оставила бы у читателя запоминающийся образ»[13](http://www.mediascope.ru/1691#13).

Аналогичный подход предлагает О.Р. Самарцев, который противопоставляет новостным текстам, где информация подается в порядке убывания важности (композиционная схема «перевернутая пирамида»), историйные тексты, представляющие собой исследование ситуации в какой-то сфере и выстраиваемые как последовательность историй, соединенных авторскими связками. В качестве композиционных схем подобных материалов упомянуты «параллельный рассказ», когда «истории связаны между собой только на уровне темы», «лейтмотивный рассказ», когда «истории объединены сквозной историей и пересекаются с ней в ключевых точках», и «перекрестный рассказ», когда «истории пересекаются как в отдельных точках, так и по всему тексту». Также одним из приемов названо «закольцовывание», когда «начавшаяся в первом абзаце материала история завершается в последнем абзаце, охватывая другие истории своеобразным сюжетным кольцом»[14](http://www.mediascope.ru/1691#14).

Близкий к лонгриду жанр описан А.В. Колесниченко под названием «трендовая статья»[15](http://www.mediascope.ru/1691#15). Предметом отображения здесь является значимое изменение, происходящее в обществе, новое явление, тенденция. Например, то, что благодаря распространению цифровой фототехники фотографы-любители начали конкурировать с профессиональными папарацци, продавая в СМИ фотографии «звезд», случайно встреченных в различных местах[16](http://www.mediascope.ru/1691#16). Метод отображения – уже упомянутая выше композиционная схема «зигзаг», когда материал подается в виде чередования примеров, иллюстрирующих тренд, и обобщений, раскрывающих значение этих примеров и вписывающих их в контекст. Целью является доказательство того, что данный тренд действительно имеет место, а также новое, более глубокое понимание происходящего и его возможных последствий.

Среди англоязычных источников следует прежде всего отметить М. Менчер, который выделяет такой жанр, как «длинная история» (long story) либо глубокая история (deep story)[17](http://www.mediascope.ru/1691#17). В качестве характерных особенностей текстов данного жанра указан как большой объем, так и наличие такой информации, которая в текстах кратких жанров обычно отсутствует. Сбор материала предполагает «погружение в тему, а не просто поверхностный взгляд». Строится же текст следующим образом. Вначале идет пример, иллюстрирующий тему, затем указывается значимость явления (significanceparagraph). Так, текст про рост насилия в школах начинается с примера, когда в драке в школьном туалете был убит учащийся; затем приводится статистика о росте частоты драк в школах в 2,5 раза за пять лет и мнение эксперта, изучавшего ситуацию с насилием в школах и пришедшего к выводу, что из-за сложившейся ситуации многие школы в принципе не способны дать образование. Затем идут другие примеры, объяснение действий персонажей, экспертные пояснения и контекст, а завершает материал так называемый kicker (ударная концовка) – информация, призванная перевернуть сложившееся впечатление и показать происходящее в новом свете.

Еще один близкий к лонгриду жанр описан в англоязычной литературе под названием feature(характерная черта). Б.Р. Паттерсон относит к этому жанру большие тексты, написанные после «глубокого погружения в тему» (deep reporting). Состоят такие тексты из элементов четырех видов: повествования (англ. narrative – «действия», «движения», «сцены»), описания (англ. description – «показ деталей обстановки»), реалистичного диалога (англ. realistic dialogue – «разговоры персонажей между собой») и объяснения (англ. exposition – «обстоятельства», «предыстория», «причины», «процедуры»)[18](http://www.mediascope.ru/1691#18). Автор отмечает, что среди этих четырех элементов объяснение воспринимается читателем тяжелее всего, и поэтому элементы этого типа надо минимизировать и изложить максимально просто. Упор же следует делать на репортажных фрагментах с действиями и диалогами персонажей и на историях-примерах.

В качестве композиционных схем подачи материала Б.Р. Паттерсон предлагает такие варианты: повествование с чередованием объяснения, последовательный показ происходящего с разных сторон либо набор примеров, которые представлены читателю один за другим. Начинать текст рекомендуется с примера, затем идет обоснование значимости темы (justifier). Типовые варианты концовок: закольцовывание (отсыл к истории в начале текста), обобщение, обращение в будущее и пример, еще раз показывающий, что автор имел в виду.

Исходя из вышесказанного можно сформулировать направления работы над лонгридом в плане сбора и подачи информации. Структурные элементы лонгрида – это истории и репортажные фрагменты, иллюстрирующие описываемое явление, и объясняющая информация, которая вписывает примеры в контекст, показывает их распространенность и уточняет их значение. Композиция – это различные виды сочетания примеров и объяснений в зависимости от характера темы и собранной журналистом информации.

**Распространенность и особенности лонгридов в российских изданиях**

Чтобы исследовать ситуацию с лонгридами в современных российских изданиях, был проведен мониторинг изданий, а также контент-анализ части найденных лонгридов. Целью мониторинга было выявление распространенности лонгридов в изданиях различных типов, целью контент-анализа − выявление содержательных и композиционных особенностей лонгридов, их соответствие заявленным выше жанровым характеристикам.

В качестве объектов для мониторинга были взяты выпуски печатных изданий и сайты интернет-изданий, главным образом федеральных и московских. Всего было исследовано более 20 печатных и интернет-изданий. Мониторинг проводился в порядке зондирования, и его результаты не претендуют на репрезентативность. Задачей мониторинга было зафиксировать наличие лонгридов в российских изданиях, а также определить типы изданий, в большей мере склонных к публикациям материалов этого жанра.

Результаты мониторинга показали, что лонгриды в российских СМИ присутствуют, причем публикуются такие материалы в изданиях, различных по виду и профилю: и в ежедневных газетах, и в еженедельных журналах, и в онлайн-изданиях, причем как общего интереса, так и развлекательных. При этом следует отметить, что наличие лонгридов с видом издания напрямую не связано. Так, что касается еженедельных журналов общего интереса, то лонгриды регулярно встречаются в «Русском репортере» и в издании «Коммерсантъ. Власть» и полностью отсутствуют в выпусках за 2014 г. в изданиях «Коммерсантъ. Деньги» и «Огонек». Что касается ежедневных газет, то лонгриды присутствуют в небольшой части изданий, концепция которых предусматривает помимо новостей и ежедневной аналитики публикации более сложных и глубоких материалов. В интернет-изданиях, публикующих помимо перепечаток собственные материалы, лонгриды присутствуют при наличии у издания корреспондентов, способных длительное время разрабатывать тему и имеющих соответствующий уровень мастерства для подготовки лонгрида.

По итогам мониторинга для контент-анализа были отобраны десять лонгридов, опубликованных в 2011−2014 гг. в десяти изданиях: в ежедневных газетах («Новые известия», «Ведомости», РБК), в еженедельных журналах («Русский репортер», «Коммерсантъ. Власть»), на сайте ежемесячного журнала (Forbes.ru) и на сайтах онлайн-изданий (Lenta.ru, The-village.ru, Zona.media, Lookatme.ru). Такой спектр изданий выбран для того, чтобы максимально широко показать разнообразие лонгридов, публикуемых в российских СМИ, а также особенности лонгридов применительно к типу СМИ, в котором они выходят.

В качестве параметров для контент-анализа были взяты следующие:

* объем материала (количество слов);
* характеристика темы;
* количество источников информации, процитированных в материале;
* количество примеров (случаев, историй) в материале;
* количество репортажных вставок;
* количество циклов перехода от частного к общему;
* количество контекстуальных вставок от лица журналиста.

Выбор именно этих параметров объясняется следующим образом. Исходя из количества слов в материалах, можно выявить, какой объем текста наиболее типичен для лонгридов, а также в какой мере российская практика соответствует зарубежной, где лонгриды обычно имеют объем свыше 2 тыс. слов.

Характеристики тем материалов позволяют эти темы систематизировать и определить, на темы какого вида обычно пишут лонгриды. Исходная гипотеза: для лонгридов наиболее органичны темы, связанные с новым значимым явлением в жизни общества или системным расследованием происходящего в какой-либо сфере.

Остальные параметры показывают глубину погружения журналиста в тему. Это, прежде всего, количество источников информации, процитированных в материале (использованных для подготовки материала источников может быть еще больше, но об этом известно только автору). В случае с лонгридом речь должна идти о нескольких десятках источников и ни в коем случае не о двух-трех-пяти. Количество примеров по теме лонгрида также показывает, насколько глубоко и тщательно был проведен сбор информации. Количество репортажных вставок – это показатель того, что журналист при подготовке материала лично наблюдал за происходящим, а если вставок много, это означает, что журналист не ограничился разовым наблюдением, а побывал с персонажами в разных местах и ситуациях и провел там достаточно много времени. Количество циклов перехода от частного к общему свидетельствует о многоаспектности материала, и поэтому, чем таких циклов больше, тем текст, скорее всего, информативнее. Количество же контекстуальных вставок от лица журналиста показывает то, насколько автор владеет материалом. Например, если персонаж упоминает о чем-то и автор это «проглатывает», ситуация одна. Если же персонаж упоминает о чем-то, а автор дает развернутое пояснение по этому поводу, информация воспринимается совершенно иначе.

Результаты контент-анализа, включая список исследованных материалов, представлены в таблице. Материалы размещены по времени публикации от старых к новым.

Результаты контент-анализа позволяют прийти к следующим выводам. Публикуемые в российских СМИ лонгриды, как правило, посвящены исследованию нового явления. При этом в качестве темы может выступать и социально-значимое явление (например, суррогатное материнство), и новый тренд в сфере субкультур (например, появление и популяризация субкультуры поклонников видеоигр и комиксов). Системные расследования в качестве тем для лонгридов также присутствуют, но в меньшей мере.

Объем лонгридов в большинстве случаев находится в диапазоне от 2 до 4 тыс. слов. Из десяти исследованных текстов только объем одного оказался свыше 4 тыс. слов. При этом два самых коротких лонгрида были опубликованы в ежедневных газетах, а объем всех трех газетных лонгридов оказался менее 3 тыс. слов. Отсюда можно сделать вывод, что для ежедневных газет характерны менее объемные тексты. Журналы же и интернет-издания могут позволить себе публиковать более объемные материалы.

Количество процитированных источников информации составило от 13 до 59, при этом в большинстве текстов количество источников находится в диапазоне от 16 до 29. Во всех лонгридах количество источников значительно превышает то, которое обычно используется при подготовке текстов других жанров.

Количество примеров составляет от 8 до 30, у большинства текстов оно колеблется между 10 и 13. Таким образом, заявленный тренд наглядно подтверждается. Большое количество примеров – также показатель качества сбора информации, потому что примеры – один из самых труднонаходимых элементов материала, в отличие, скажем, от экспертных пояснений.

Репортажные элементы в одних текстах представлены очень широко (до 8−13), в других – сведены к минимуму или отсутствуют (в 2 из 10 исследованных текстов). Это показывает, что репортажность в лонгриде очень желательна ввиду своей наглядности, однако не обязательна и в перечень типообразующих признаков данного жанра не входит, в отличие от требования работать с большим количеством источников информации или собрать целый ряд примеров, подтверждающих явление.

Количество циклов перехода от частного к общему варьируется в весьма широких пределах − от 6 до 20. Это указывает на общепринятость композиционной схемы «зигзаг» в лонгридах. Количество же циклов зависит как от качества собранной информации (чем глубже журналист погрузился в тему, тем больше у него возможностей высветить различные аспекты явления), так и от заданного в тексте ритма. Если лонгрид в большей мере репортажный, с длинными сценами, то циклов будет меньше, чем в аналитическом лонгриде, построенном на чередовании примеров и пояснений экспертов или статистических данных.

Количество экспертных вставок от лица журналиста составляет от 5 до 28 (в большинстве текстов – от 9 до 13). Это свидетельствует о глубоком проникновении в тему и о достигнутой журналистом способности оценивать и трактовать собранную информацию. При этом количество вставок зависит от того, в какой мере автор перекладывает оценку и трактовку происходящего на опрошенных экспертов либо делает это сам. Не случайно минимальное количество вставок (5) отмечено в тексте с максимальным количеством процитированных источников информации (59), а максимальное (28) – в тексте с относительно небольшим − по меркам лонгрида  −  количеством источников информации (14).

Из семи представленных критериев для анализа шесть, за исключением объема текста, связаны с содержанием материала. В таком случае закономерен вопрос: может ли лонгрид иметь меньший объем и в чем будет состоять его отличие от более коротких текстов? Трендовые статьи, как показывает практика, могут быть относительно небольшими – в пределах 500−600 слов. Заявить и обосновать тренд при таком объеме текста возможно. Однако такой объем не позволит использовать репортажные вставки, а количество примеров и циклов перехода от общего к частному будет ограниченным, равно как и количество процитированных источников и авторских замечаний. В результате количественные характеристики неминуемо перейдут в качественные: подача темы будет если и глубокой, то едва ли наглядной и полифоничной и такой текст едва ли создаст характерный для лонгрида «эффект выжженной земли», когда тема выглядит раскрытой до исчерпанности.

**Перспективы лонгридов в российских СМИ**

Несмотря на относительную распространенность, лонгриды все еще отсутствуют во многих СМИ, для которых материалы этого жанра могли бы быть весьма органичны. Особенно это касается еженедельных газет и журналов общего интереса. Включение лонгридов в жанровый спектр издания будет способствовать привлечению внимания аудитории и выделению издания из информационного потока, формированию «своего лица», появлению в издании того, что на журналистском сленге называется «нетленка».

Кроме того, представленные в российских изданиях лонгриды не используют весь потенциал данного жанра. Например, для российских СМИ почти не характерны «повествовательные» лонгриды, написанные по канонам «новой журналистики», когда текст о реальных событиях оформляется с помощью средств художественной литературы (выстраивание материала по принципу «сцена за сценой», реальные диалоги, подача материала с точки зрения какого-либо персонажа, показ характерных деталей персонажа[29](http://www.mediascope.ru/1691#29)). В зарубежной журналистике это направление развивается очень активно. В качестве примера можно привести материал о создателе компьютерного вируса, позволяющего через встроенные в ноутбуках камеры наблюдать за владельцами компьютеров[30](http://www.mediascope.ru/1691#30). Текст подается вначале от лица жертв хакера, затем от лица преступника.

Однако всплеска популярности лонгридов и появления их в большинстве российских изданий в ближайшие годы ожидать не стоит. Это связано, прежде всего, с бедностью российских СМИ и невозможностью для многих изданий позволить корреспонденту заниматься только одной темой на протяжении недели и более. В большинстве изданий корреспонденты вынуждены сдавать тексты в ежедневном режиме и зачастую готовить по несколько материалов в день. В таких условиях на необходимое для лонгридов углубленное исследование темы не остается ни сил, ни времени.

Ограничивает распространение лонгридов в российских изданиях и отсутствие в нашей стране соответствующей журналистской школы. В результате текст, претендующий на лонгрид, может оказаться недоделанным и не исчерпывающим потенциал темы и жанра, а журналисты, готовые глубоко погружаться в тему даже в ущерб своему свободному времени (написание лонгридов – очень привлекательное для многих журналистов занятие, позволяющее реализоваться и утвердиться в профессиональной среде), зачастую не знают, ни как методически грамотно собирать информацию, ни как ее подавать.