

Безбородова Юлия Владимировна

канд. филол. наук, доцент, доцент

Пластинина Нина Анатольевна

канд. филол. наук, доцент

Тищенко Арина Васильевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»

г. Нижневартовск, ХМАО – Югра

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ЛОНГРИД В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ВУЗА

***Аннотация:** на данный момент существует много форм подачи материала независимо от направленности и тематики самой информации. В современных условиях цифровизации образовательного процесса преподаватели вынуждены искать все новые и новые методы представления учебного материала. В связи с этим в последнее время стал привычен такой формат подачи информации, как лонгрид, так же известный как трансмедийный сторителлинг или мультимедийная история. Целью статьи является проанализировать лонгрид как информационный формат и выявить его образовательные возможности.*

***Ключевые слова:** лонгрид, образовательный процесс, мультимедийный формат, монологическая письменная речь.*

Лонгрид – довольно спорное понятие, у которого нет единственно верного определения. Также ведутся споры жанр ли это журналистики или все же это ее формат. В данной работе мы придерживаемся определения Галустян А. и Кульчицкой Д. По их определению, мультимедийный лонгрид – это «журналистское произведение, в основе которого заложен длинный текст и насыщенный аудио-визуальный ряд. Формат предполагает глубокое погружение читателя в тему, а также серьезную проработку журналистом большого количества источников по предмету исследования» [2, с. 10]. Такой текст отличается от обычного журна-

листского текста тем, что объем лонгрида значительно больше, что очевидно из перевода самого термина (long read – длительное чтение).

Помимо этого, необходимо обратить на значение слова «мультимедийный». Из корня заметно, что это слово является однокоренным слову «мультимедиа». Как и у понятия «лонгрид» у этого термина нет единственно верной трактовки. По мнению А.В. Крапивенко, у термина «мультимедиа» есть как минимум 3 определения. Он рассматривает это понятие как:

1) идею (мультимедиа – это «новый подход в искусстве к комплексному, ... воздействию на органы чувств, к способам подачи и хранения информации различного типа»);

2) программно-аппаратное обеспечение (мультимедиа «позволяет работать с данными различной природы»);

3) некий компьютерный продукт (мультимедиа – это «продукт, состоящий из разного типа данных», например, веб-сайт, энциклопедия, компьютерная игра и т. п.) [3, с. 8].

На основе этих трех факторов автор дает свое собственное определение понятию «мультимедиа». По мнению А.В. Крапивенко, мультимедиа – это современные технологии, позволяющие объединить в программно-аппаратной системе различные типы мультимедиа-данных (изображения, звук, видео, тактильные ощущения и т. д.) для создания единой информационной среды в целях воздействия через органы чувств на восприятие человека» [3, с. 8].

Можно сделать вывод, что мультимедиа – это информационное поле, объединяющее в себе такие типы информации, как слуховая, зрительная, звуковая и т. д. А соответственно мультимедийный лонгрид – это объемный информационный материал, в котором присутствуют разные типы информации, описанные выше.

Обращаясь к истории создания лонгрида, он появился в 2012 году на официальном сайте американской ежедневной газеты The New York Times. Тогда читателям был предложен абсолютно новый формат подачи материала: статья была размещена на отдельной странице сайта, по объему она была достаточно

длинной и в ее содержании были использованы мультимедийные вставки в виде фото- и видео контента. В среднем на чтение такого лонгрида уходит от 5 до 7 минут в зависимости от длины материала. Эти характеристики и являются особенностями лонгрида как формата. Эту статью из американской газеты можно назвать «отправной точкой» в истории лонгрида, ведь благодаря этому событию все познакомились с данной формой подачи материала и начали активно использовать ее.

На основе анализа статей русскоязычных и западных СМИ, можно сказать, что форма лонгрида и вопрос его популярности является спорным. В то время как в российских СМИ формат лонгрида в большинстве случаев является весьма успешным и популярным видом подачи информации, в западных СМИ мнения уже расходятся.

С одной стороны, можно подметить, что есть статьи, где авторы придерживаются мнения, что лонгрид как формат подачи информации потерял свою популярность и больше не является таким востребованным, как раньше. Так, например, в своей статье Хосе Торрихос, испанский профессор журналистики университета Севильи, описал «путь» лонгрида в СМИ, начиная с года его появления и заканчивая моментом окончательного падения формата.

Кроме этого, автор предоставил список спортивных журналов и изданий, которые переключили свое внимание на мультимедийную форму подачи материала, но в итоге не смогли дальше существовать. К ним можно отнести спортивный блог Deadspin, американский спортивный журнал ESPN The Magazine и т. д. По словам автора, все данные издания «сделали ставку» на лонгрид, но в итоге не смогли выжить [5].

С другой же стороны, можно выделить, что, как и в российских СМИ, западные авторы относят жанр лонгрида к возрождающемуся виду журналистики. По их мнению, сейчас крупные новостные бренды по всему миру вкладывают значительные средства в полнометражные сюжеты данной формы. Помимо этого, для сторонников данного мнения лонгрид – это самый надежный способ завоевать репутацию компании за качество контента [6].

Активное использование и нынешнюю популярность лонгрида можно также объяснить тем, что современный читатель, желающий разобраться в каком-то явлении или решить проблему, не заинтересован в коротком тексте-инструкции. Такому читателю необходим полный обзор интересующей его темы. Помимо этого, читатель при желании может захотеть также либо посмотреть видео на данную тему, либо увидеть картинки, статистические данные и т. п. И в таком случае лонгрид действительно сможет удовлетворить все потребности такого читателя, т.к. он в себе сочетает все эти элементы.

Рассматривая основные характеристики лонгрида как формата подачи материала, можно выделить то, что в первую очередь лонгрид оформляется в виде самостоятельной страницы на веб-сайте. На данный момент в интернете уже существует множество сайтов-конструкторов для создания лонгридов. Одним из наиболее популярных сервисов является Tilda Publishing.

Сервис Tilda позволяет даже неопытному человеку выбрать шаблон для своего будущего лонгрида, либо же создать свой собственный индивидуальный дизайн для него, а затем опубликовать свой продукт. Помимо этого, функция редактирования всегда доступна, поэтому пользователь сможет скорректировать свой будущий проект в любой момент.

Следующей особенностью этого формата подачи информации является его мультиплатформенность. Это значит, что лонгриды возможно читать не только на компьютере или ноутбуке, но и на других устройствах. Стоит отметить, что независимо от устройства, на котором пользователь читает лонгрид, внешний вид и функционал материала не меняется и остается одинаковым на всех гаджетах.

К тому же можно отметить и эстетическую составляющую данного формата и ее роль. В то время как читатель погружается в тему, вся мультимедийная составляющая материала создает особую атмосферу во время чтения. Фото и видео материалы создают в подсознании читателя «новое смысловое единство текста, изображения и аудиовизуального ряда, благодаря чему человек макси-

мально погружается в тему, возвращается к ней, реагирует: комментирует, делает репост и т. д.» [1, с. 27].

Вместе с тем А.В. Колесниченко выделяет такие особенности лонгрида как системность темы, ее глубокое исследование и общедоступность. При этом создатель материала обрабатывает большое количество источников и информации. Текст лонгрида сам по себе плотный как по смысловому наполнению, так и по его структуре [3].

Говоря о строении текста, отмечается, что он может быть по своей структуре как линейным, так и нет. Всё зависит от желания самого автора текста и от идеи текста. Обычно текст лонгрида состоит из нескольких частей: главной части и дополнительных блоков по теме. Мультимедийные вставки также должны дополнять материал, а не дублировать его точь-в-точь.

Рассматривая основные темы, освещаемые в лонгриде, можно отметить, что для лонгридов характерны темы, выходящие за рамки одного конкретного случая или ситуации. Также в теме может описываться какое-то новое явление, тренд или же значимое изменение в обществе. Кроме этого, для лонгрида можно использовать системное расследование, происходящее в какой-либо сфере жизни общества [3]

Как известно, не из каждого текста можно впоследствии создать лонгрид, поэтому к тексту лонгрида предъявляются определенные требования и задаются следующие критерии:

1) присутствие в истории события, проблемной ситуации или героя – немаловажно предварительно оценить эмоциональный потенциал и информативную ценность темы;

2) высокий потенциал визуализации, возможности визуализации, а именно есть ли доступ к тем людям и объектам, которые должны быть задействованы в медиатексте;

3) уникальность и оригинальность размещаемого контента – приоритет в сборе и подготовке информации должен отдаваться собственным силам и рабо-

те с первоисточниками, а не ссылками на вторичные информационные площадки [6, с. 360].

Помимо мультимедийного лонгрида, в котором автор по максимуму пытается наполнить свой текст мультимедиа, которая подходит по содержанию текста статьи, можно отметить следующие типы данного формата: лонгрид-портрет, репортаж, реконструктор, коммерческий и аналитический лонгриды. Лонгрид портретного типа предназначен для презентации личности и личного бренда. В данной презентации содержится биография человека, также здесь можно увидеть какие-то интересные истории из жизни личности, которые выделяют его среди остальных. В лонгриде-репортаже всегда присутствует описание какой-либо истории или какого-то явления. Автор такого текста разбирается в произошедшем событии. Лонгрид коммерческого типа – это обзор и своего рода реклама продукта или услуги с целью заинтересовать читателя и в дальнейшем заставить его купить этот товар. Последний тип, аналитический лонгрид, используется для обзора аналитических данных или исследований от экспертов определенной отрасли.

Переходя к заключительной части исследования, необходимо отметить, что формат лонгрида имеет определенный потенциал не только в журналистике и прочих сферах, но и в образовательном процессе, причем, на всех ступенях образования, также включая и высшее образование в вузе. Так, лонгрид можно отнести к визуальному инструментарию для изучения какой-либо темы во время образовательного процесса. Данный мультимедийный инструмент основан на принципе наглядности, с помощью чего студентам будет проще понимать и осваивать темы любой дисциплины. Ввиду того, что в лонгриде дается подробное рассмотрение темы с добавлением дополнительных информационных и мультимедийных блоков, это обеспечит более прочные знания материала.

Лонгрид подходит для изучения различных дисциплин, и изучение иностранного языка с его помощью тоже возможно. Так, при самостоятельном создании студентами лонгрида у них развивается монологическая письменная речь. Создание лонгрида может быть как индивидуальной, так и парной или же

групповой работой, где студенты смогут научиться работать в команде. Можно также предположить, что соответственно студенты смогут развивать и устную монологическую речь во время обсуждения и непосредственно создания лонгрида. Помимо этого, работая над созданием этого мультимедийного продукта, студенты смогут развить навыки аналитического чтения в процессе поиска и отбора необходимой для них информации.

Подводя итог, стоит сказать, что понятие «мультимедийный лонгрид» до сих пор является комплексным и не до конца изученным явлением. Создание мультимедийного лонгрида является трудоемким и долгим процессом. При подготовке материала следует обратить особое внимание на выбор темы, т.к. она должна соответствовать предъявляемым требованиям ведь, как было отмечено выше, не каждая тема может трансформироваться в данный формат. Также в заключение можно отметить, что данный формат предоставления информации является перспективным инструментом в образовательном процессе вуза, т.к. с его помощью студенты смогут развить свои профессиональные и личностные качества.

Список литературы

1. Воронкина Ю.С. Анализ лонгридов как новых жанровых форм освещения многоаспектных тем в онлайн-медиа / Ю.С. Воронкина // Современный дискурс-анализ. – 2019. – №1 (22). – С. 26–38.
2. Галустян А. Кульчицкая Д. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания: учебн. пособие / А. Галустян, Д. Кульчицкая. – М.: Аспект Пресс, 2017. – 80 с.
3. Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе / А.В. Колесниченко // Медиаскоп. – 2015. – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1691>
4. Крапивенко А.В. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений / А.В. Крапивенко. – М.: Бином; Лаборатория знаний, 2012. – 271 с.

5. Лукина М.М. Контент интернет-СМИ / М.М. Лукина, Н.Г. Лосева// Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обучающим семинарам / под ред. С.Д. Балмаевой. – Екатеринбург, 2010. – С. 131.

6. Пивошенко Н. В. Структурные особенности мультимедийного лонгрида / Н.В. Пивошенко // Скиф. – 2022. – №1 (65) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strukturnye-osobennosti-multimediynogo-longrida>

7. Aedy S. How To Write a Great Longread and Attract New Readers / S. Aedy [Electronic resource]. – Access mode: <https://blog.freshessays.com/how-to-write-a-great-longread/>

8. Ángeles Burguera Artículo en profundidad: Jill Abramson cree en el periodismo de formato largo [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.aceprensa.com/cultura/jill-abramson-cree-en-el-periodismo-de-formato-largo/>

9. José Luis Rojas Torrijos ¿Qué pasó con el longform multimedia? Radiografía de un formato narrativo digital venido a menos [Electronic resource]. – Access mode: <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com/2020/07/que-paso-con-el-longform-multimedia.html?m=1>

10. Longform digital journalism is on the rise [Electronic resource]. – Access mode: <https://shorthand.com/the-craft/longform-journalism-is-on-the-rise/index.html>