

ЛОНГРИД КАК АРТЕФАКТ НОВОЙ КНИЖНОСТИ

В статье феномен лонгрида рассматривается с точки зрения книговедения и книжного дела, анализируются внешние и внутренние сходства книги и лонгрида. Особое внимание уделено связи литературы non-fiction с новым форматом.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: лонгрид, книга, нарративная журналистика, литература non-fiction.

Пограничность лонгрида, существующего в пространстве между современной журналистикой и издательским делом, приводит к необходимости различения журналистского и книговедческого феномена лонгрида, а в рамках книговедения — анализа в системе современных государственных стандартов, посвященных издательскому делу. Лонгрид изучается в статье в рамках сравнительно-типологического метода и видо-типологического анализа.

Привычный современному пользователю Интернет начинал свою жизнь с информационных заметок, веб-обзоров, аналитических статей и пр. Поэтому новые формы представления информации в Интернете изначально рассматриваются с точки зрения журналистики. Такой подход мы наблюдаем и в публикациях, посвященных изучению лонгридов. Например, А. В. Колесниченко определяет лонгрид как новый жанр журналистики и сравнивает его с аналитической статьей, подчеркивая глубину проработки темы [Колесниченко]. И хотя формат лонгрида уже прочно используется современными СМИ, он может рассматриваться в более широком смысле как форма существования книги.

Название «лонгрид» — от англ. *long read* — пришло к нам из американских медиа. Первоначально он обозначал большой текстовый материал на сайте, на чтение которого требуется больше времени, чем на заметку. Но в 2012 г. The New York Times опубликовал проект «Снегопад» (Snow fall), рассказывающий о нескольких горнолыжниках, погребенных под снегом после схода лавины в горах США [Мультимедийный лонгрид...]. Продуманный визуальный ряд, 3D-моделирование, видеоролики в сочетании с захватывающей историей вызвали в буквальном смысле лавину последующих лонгридов, которые первоначально так и называли — «сноуфол». Таким образом, мультимедийным лонгридом стал называться конкретный визуальный формат, отличающийся от основного сайта версткой и особой структурой построения материала.

Несмотря на новизну, лонгрид уже успел найти своих почитателей и стать неотъемлемой частью интернет-пространства. Каждое уважающее себя онлайн-СМИ считает своим долгом разместить на своих платформах самые разнообразные лонгриды. Можно сказать, что The New York Times, The Guardian, CNN, Lenta.ru, Meduza, «Коммерсантъ» не столько откликнулись на модную тенденцию, сколько создали ее. Новые веяния дошли и до региональных СМИ. Например, тюменская интернет-газета «Вслух.ру» не пошла по пути создания отдельных проектов, а разместила на своем сайте целый раздел под названием «Лонгриды», в котором уже почти 90 публикаций.

Сейчас в Интернете можно найти немало публикаций, которые разъясняют суть лонгрида, способы его создания и продвижения, а также обзоры и топы лонгридов и инструментов для их создания. О популярности явления можно судить благодаря появлению бесплатных или условно бесплатных сервисов для создания лонгридов «для каждого», например российская разработка «Тильда» [Tilda Publishing].

Однако, несмотря на кажущуюся освоенность нового формата, до сих пор дать однозначное обозначение лонгриду довольно сложно. Новым мультимедийным проектам присуща диффузия жанров, структур и платформ. Само понятие, скрывающееся за определением «лонгрид», в интернет-среде имеет множество названий: сторителлинг, интерактивная статья, мультимедийная статья, мультимедийный проект, визуальный спецпроект, лонгрид, лонгформ [Расскажи историю красиво]. В западной практике существует такое явление, как Longform journalism [Long-form journalism]. Это направление журналистики, включающее в себя «длинные статьи» с большим количеством разнообразного контента. В противовес современной журналистике, которая тяготеет к коротким формам статей, лонгформ находится между традиционной статьей и новеллой. Он часто принимает форму творчески переработанной литературы non-fiction или текстов нарративной журналистики.

Разумеется, лонгрид (или лонгформ) возник не на пустом месте. Именно нарративная журналистика — первоисточник, база для появления нового формата. Во всем мире наблюдается «рост популярности нарративной журналистики как нового качества представления информации: в нарративном стиле и с глубоко личной точки зрения» [Бозрикова]. Пионером в создании «новой журналистики» (а после — и лонгридов) являются США. Уже с 60-х гг. XX в. журналистские нарративы печатаются в The New Yorker, Harper, Esquire.

Нарративная журналистика отличается от традиционной композицией материала, стилем языка и субъективностью изложения. Традиционная новостная статья пишется по схеме так называемой «перевернутой пирамиды» (news writing). Эта схема подразумевает нарушение хронологии события и постановку в начале сообщения не того, с чего начиналось собы-



М. Фадеева. ДЕРЕВЬЯ-5. 2015

тие, а самого важного элемента события, его сути: сначала — ключевые аспекты новости (хедлайн), затем — наиболее важные (лид), далее — наименее существенные по мере убывания значимости (основной текст статьи). Поэтому «перевернутую пирамиду» еще называют «антиисторией» в противоположность истории как повествованию, нарративу [Как писать новости]. Статья, написанная в стиле нарративной журналистики, обладает драматической структурой, которая развивается по принципу возникновения, развития и кульминации конфликта, с четко очерченной сюжетной линией. Различается и стиль изложения: традиционная статья пишется в «газетном стиле», подразумевающем ясность, четкость, определенность, а нарративная — в художественном. И пожалуй, главное отличие нарративных журналистских текстов состоит в субъективном характере изложения истории, или сторителлинге. По мнению профессора О. Самарцева, сторителлинг — это особый генеральный жанр или стиль «письма», называемый западными исследователями *features writing*. В отличие от стиля *news writing*, он необходим не для констатации фактов, а для раскрытия драматических событий общественной жизни, оформленных в качестве историй [Самарцев 2009: 290–293, 412–414]. Журналистский сторителлинг нацелен на обратную связь, на эмоциональный отклик.

Особенности нарративной журналистики и сторителлинга справедливы и для мультимедийного лонгрида с той лишь разницей, что переход с печатного носителя в интернет-среду дает еще больше возможностей для раскрытия темы и создания связи с читателем: фото, видео, инфографика и пр.

Если новостные публикации отдаляются от книги как способа подачи информации, то лонгрид, основанный на нарративной журналистике, сближается с ней. В отличие от краткосрочных информационных заметок

лонгрид сохраняет свою ценность на протяжении времени. «Хорошие лонгриды имеют больше шансов остаться надолго и стать материалами, к которым будут возвращаться и на которые будут ссылаться» [Измествева]. Гаджеты и специальные приложения, с помощью которых можно сохранить текст и всегда иметь к нему доступ, делают жизненный цикл лонгридов значительно длиннее.

В книге «The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying» Хелен Кац приводит деление медиа на две категории: *lean forward* (наклонившись вперед) и *lean back* (откинувшись назад). К первой группе она отнесла книги, печатные СМИ, Интернет, ко второй — телевидение, радио и прочие медиа, позволяющие воспринимать информацию в пассивной форме [*Lean Forward and Lean Back Media...*]. Однако вскоре, помимо первоначального разделения медиа по способу восприятия (активное — пассивное), в интернет-среде появилось иное понимание этих двух моделей потребления информации. Сейчас *lean forward* скорее означает нацеленность на решение конкретных задач, а *lean back* — на информационно-развлекательную функцию. Таким образом, лонгриды «становятся в одну категорию с кинофильмами, сериалами, журналами и книгами — их читают, удобно расположившись в кресле или на диване» [Пуля].

Как мы видим, композиция и стратегия чтения книги и лонгрида могут сближаться. Но может ли контент лонгрида быть адекватен контенту книги? Количество правильных ответов на этот вопрос сопоставимо с многогранностью литературных жанров. Однако ближе всех к границе с лонгридом подошла литература *non-fiction*. Для документальной литературы характерно построение сюжетной линии исключительно на реальных событиях, с редкими вкраплениями художественного вымысла. При этом авторская точка зрения проявляется в отборе и структурировании материала, а также в оценке событий; в документальной прозе широко используется публицистический стиль. От материалов традиционной журналистики документальная проза отличается большим периодом времени, прошедшим с момента описываемых событий, а также большим объемом. От научно-исторических исследований документальная проза отличается воссозданием яркой, живой картины событий, психологического облика людей [Документальная проза]. Наиболее известные и качественные отечественные лонгриды отвечают всем этим признакам литературы *non-fiction*: «Земля отчуждения» («Коммерсантъ»), «Вежливые люди» (Meduza), «900 дней жизни. Хроники блокады» (спецпроект ТАСС), «Дни затмения» (Lenta.ru) и пр. Не случайно именно книга А. А. Сванидзе «Викинги», написанная в жанре *non-fiction*, стала источником появления первого «книжного лонгрида», созданного издательством «Новое литературное обозрение».

По сути, лонгрид является самостоятельным изданием, выходя за рамки привычного восприятия интернет-публикаций. Так, ГОСТ 7.60–2003

«Издания. Основные виды. Термины и определения» закрепляет следующее понятие издания: «документ, предназначенный для распространения содержащейся в нем информации, прошедший редакционно-издательскую обработку, самостоятельно оформленный, имеющий выходные сведения» [ГОСТ 7.60–2003]. Отвечает ли лонгрид требованиям государственного стандарта для изданий? Отметим, что важнейшим отличительным признаком является наличие содержательной основы, под которой фактически нужно понимать литературное произведение. Как мы уже выяснили, правильно выстроенный лонгрид должен восприниматься как целостная история. Иными словами, подача материала с необычной точки зрения, глубокая проработка вопроса делают контент лонгрида полноценным самостоятельным произведением. Не нужно забывать и про объем текста, благодаря которому и возникло название *long read*. Среди пользователей Интернета закрепился минимальный объем публикации — 1500 знаков, хотя их количество не ограничено и определяется глубиной разработки темы. Малые формы художественной литературы (рассказы, повести), *non-fiction* — все это может существовать в новом формате.

Далее в числе необходимых признаков отмечается редакционно-издательская обработка произведения (документа). Лонгрид — это не сплошной массив текста, а целый «комплекс, состоящий из текста, разбавленного видеороликами, инфографикой, презентацией, фоновой музыкой, иллюстрациями (в том числе интерактивными), сносками, встроенными цитатами и т. д.» [Что такое лонгриды и с чем их едят?]. Принципиальный момент — все элементы равнозначны и связаны друг с другом в едином смысловом поле. В таком материале крайне важна последовательность изложения, гармоничное сочетание всех его частей — иллюстративного ряда, шрифтов, цвета и пр. Для такого сложного материала, как лонгрид, сложно переоценить функцию редактора. А штат сотрудников, работающих над созданием лонгрида, сопоставим с книжной редакцией: один или нескольких пишущих журналистов, фотограф или фоторедактор, оператор и монтажер, программист, дизайнер и др.

Обязательным условием издания является оформление в виде самостоятельного объекта с выходными сведениями. Лонгрид оформляется как отдельный сайт, со своей уникальной версткой, дизайном — то есть представляет собой законченное произведение, что опять-таки отличает его от обычной статьи или репортажа на сайте и приближает к книге (см., например, лонгрид «900 дней жизни. Хроники блокады»). Зачастую в лонгриде существует рубрикация, деление на части (главы), а в некоторых, к примеру в спецпроекте «Вежливые люди», подготовленном «Медузой», сбоку помещено содержание (такое расположение характерно для электронных книг). В диссертационном исследовании «Веб-редактирование: содержание и формы деятельности редактора» О. П. Сотникова аргументирует понимание интернет-сайта как отдельного произведения, «живущего» только в интернет-среде [Сотникова], и в этом плане лонгрид соответствует этому

пониманию. Единственный вопрос возникает в связи с выходными сведениями, которые характерны для изданий на материальных носителях. Однако обязательные элементы веб-сайта: знак охраны авторского права, имя автора или название выпускающей организации, а также адресная ссылка — предоставляют необходимую информацию для идентификации — основной функции выходных сведений.

Это все, без чего не может быть издания, а так как в ГОСТ 7.60–2003 не закреплено его полиграфическое исполнение, то лонгрид, существующий на интернет-платформе, можно назвать полноценным электронным изданием, которое регламентирует уже другой стандарт: ГОСТ 7.0.83–2013 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения». Согласно ему, электронным изданием является «электронный документ (группа электронных документов), прошедший редакционно-издательскую обработку, предназначенный для распространения в неизменном виде, имеющий выходные сведения» [ГОСТ Р 7.0.83–2013].

Подводя итог, можно сказать, что в интернет-среде на границе современной журналистики и книжного дела возникает лонгрид, который становится артефактом новой книжности. Непрерывающаяся эволюция книги и чтения тесно сплетена с культурными «революциями»: создание письменности, печатного станка, Интернета. Появляются новые жанры, функции и формы существования привычной нам книги. И возможно, по прошествии времени, возникающие сейчас симбиотические связи между книгой и другими носителями и способами получения информации будут казаться органичным и естественным путем развития книги.



М. Фадеева. ДЕРЕВЬЯ-3. 2015

1. Бозрикова С. А. Нарративная журналистика как явление [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://конференция.com.ua/pages/view/247> (дата обращения: 15.05.2016).
2. ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/42/42116/ (дата обращения: 13.05.2016).
3. ГОСТ Р 7.0.83–2013 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.internet-law.ru/gosts/gost/55196/> (дата обращения: 16.05.2016).
4. Документальная проза // Wikipedia [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Документальная_проза (дата обращения: 05.05.2016).
5. Измутьева А. Лонгриды: что это такое и зачем НКО их писать? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://te-st.ru/2015/07/03/longreads/> (дата обращения: 07.05.2016).
6. Как писать новости [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0037.htm> (дата обращения: 10.05.2016).
7. Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. № 1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1691> (дата обращения: 15.05.2016).
8. Мультимедийный лонгрид. Правила, примеры, сервисы // Best app [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bestapp.menu/longgrid-pravila-primery-servisy/> (дата обращения: 15.05.2016).
9. Пуля В. Как создать мультимедийный лонгрид [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mediatoolbox.ru/longread/> (дата обращения: 05.05.2016).
10. Расскази историю красиво [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://slides.com/gulimamirkhanova/311668/embed?style=light> (дата обращения: 03.05.2016).
11. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики: учеб. пособие. М.: Академический проект, 2009. 527 с.
12. Сотникова О. П. Веб-редактирование: содержание и формы деятельности редактора: автореф. дис. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tekhnosfera.com/veb-redaktirovanie-soderzhanie-i-formy-deyatelnosti-redaktora> (дата обращения: 10.05.2016).
13. Что такое лонгриды и с чем их едят? // Ваш редактор [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vashredaktor.com/chto-takoe-longrid/> (дата обращения: 11.05.2016).
14. Lean Forward and Lean Back Media: explanation of difference [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://research-methodology.net/lean-forward-and-lean-back-media-explanation-of-difference/> (дата обращения: 07.05.2016).
15. Long-form journalism // Wikipedia [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Long-form_journalism (дата обращения: 15.05.2016).
16. Tilda Publishing [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tilda.cc/ru/tour/> (дата обращения: 03.05.2016).