

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Институт социально-гуманитарных наук
Факультет «Журналистика»
Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент: специалист по соц. медиа

АО «Областное телевидение»

_____ В.Э. Котан

« ____ » _____ 2018 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.фил.н., проф.

_____ Л.П. Шестеркина

« ____ » _____ 2018 г.

СТОРИТЕЛЛИНГ В ЭПОХУ МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

ЮУрГУ – 42.03.01.2018.290.ПЗ. ВКР

Консультант к.фил.н, доцент

А.В.Красавина

_____ / _____ /

« ____ » _____ 2018 г.

Руководитель ВКР, д.фил.н., проф.

_____ Л.П. Шестёркина

« ____ » _____ 2018 г.

Автор ВКР

студент группы СГ- 403

_____ А. В. Шульга

« ____ » _____ 2018 г.

Нормоконтролер, к.фил.н., доцент,

_____ А.В. Красавина

« ____ » _____ 2018 г.

Челябинск 2018

ANNOTATION

Shulga A.V. Storytelling in the era of multimedia journalism. – Chelyabinsk: SUSU, SG-403, 2018. – 100 pages, 3 tables, bibliography – 43 titles, 2 appendixes, presentation.

Keywords: journalism, storytelling, multimedia, longreads, format.

The object of the work is storytelling in multimedia journalism.

The subject of the work is multimedia longread as a special format of storytelling.

The purpose of the work is to find out the signs and features of using storytelling in multimedia journalism.

The tasks of the work are to characterize the system of genres and study the phases of the development of multimedia journalism, to define the conceptual apparatus and to give a general description of storytelling, to analyze the development of storytelling in Russia and abroad, to consider the formats of multimedia storytelling, to give a general description of longread, to signs of storytelling in the leading Russian and foreign Internet publications, to evaluate the modern functioning of longreads in Russia.

The novelty of the final qualifying work is the complex study of the insufficiently explored phenomenon of storytelling within the framework of multimedia journalism.

The results of the research. The work is focused on solving urgent problems related to the activation of the audience's interest in media resources. This work can serve as a basis for a more detailed study of storytelling, also it can be used to prepare special courses of modern media.

АННОТАЦИЯ

Шульга А.В. Сторителлинг в эпоху мультимедийной журналистики – Челябинск: ЮУрГУ, СГ-403, 2018. – 100 с., 3 табл., библиогр. список – 43 наим., 2 прил., презентация.

Ключевые слова: журналистика, сторителлинг, мультимедиа, лонгрид, формат.

Объектом исследования является сторителлинг в мультимедийной журналистике.

Предметом исследования является мультимедийный лонгрид как особый формат сторителлинга.

Цель работы – выявить признаки и особенности использования сторителлинга в мультимедийной журналистике.

Задачи работы – охарактеризовать систему жанров и изучить этапы развития мультимедийной журналистики, определить понятийный аппарат и дать общую характеристику сторителлинга, проанализировать развитие сторителлинга в России и за рубежом, рассмотреть форматы мультимедийного сторителлинга, дать общую характеристику лонгрида, выявить признаки сторителлинга в лонгридах ведущих российских и зарубежных интернет-изданий, оценить современное функционирование лонгридов в России.

Новизна выпускной квалификационной работы – в комплексном исследовании малоизученного феномена сторителлинга в рамках мультимедийной журналистики.

Результаты исследования – работа ориентирована на решение актуальных проблем, связанных с активизацией интереса аудитории к медиаресурсам и может послужить базой для проведения более детального исследования сторителлинга, а также использоваться для подготовки спецкурсов, посвященных современным СМИ.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
1 СТОРИТЕЛЛИНГ В МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ	10
1.1 Генезис мультимедийной журналистики, основные понятия и система жанров.....	10
1.2 Понятийный аппарат и общая характеристика сторителлинга	23
1.3 Развитие сторителлинга в России и за рубежом	31
1.4 Форматы мультимедийного сторителлинга	36
2 МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ЛОНГРИД КАК ОСОБЫЙ ФОРМАТ СТОРИТЕЛЛИНГА.....	44
2.1 Общая характеристика мультимедийного лонгрида	44
2.2 Выявление признаков сторителлинга в лонгридах ведущих российских и зарубежных интернет-изданий.	49
2.3 Современное функционирование лонгридов	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	88
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	94
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	99
ПРИЛОЖЕНИЕ А. ХАРАКТЕРИСТИКА МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ПО М.М. ЛУКИНОЙ И Н.Г. ЛОСЕВОЙ	99
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА, ПРОВЕДЕННОГО В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» – РИСУНОК Б. 1	100

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования заключается в растущей популярности сторителлинга в журналистике. Современные СМИ находятся в условиях соперничества и вынуждены искать новые методы привлечения аудитории и повышения конкурентоспособности. Для достижения этих целей стали применяться новые технологии и изначально не журналистские методы. Так сторителлинг изначально применялся в психологии, литературе и менеджменте, а затем пришёл в журналистику и стал действенным способом влияния на читателя, благодаря использованию медиа-потенциала и передачи информации посредством рассказывания историй. Данная работа направлена на исследование эффективности применения возможностей сторителлинга в мультимедийной журналистике.

Степень научной разработанности проблемы. Вопросы и проблемы становления и развития мультимедийной журналистики, в том числе и сторителлинга, нашли отражение в научных трудах таких ученых и медиаспециалистов, как: Е.А. Баранова, М.Н. Булаева, А.А. Градюшко, А.Г. Качкаева, А.В. Колесниченко, А.В. Красавина, Н.Б. Кириллова, Г.В. Лазутина, Н.Г. Лосева, М.М. Лукина, Е.В. Олешко, А.А. Тертычный, Л.П. Шестеркина, О.И. Шустрова и другие. Их исследования, статьи, монографии были положены в основу данной выпускной квалификационной работы.

Объект исследования: сторителлинг в мультимедийной журналистике.

Предмет исследования: мультимедийный лонгрид как особый формат сторителлинга.

Цель работы: выявить признаки и особенности использования сторителлинга в мультимедийной журналистике **задачи:**

1. Охарактеризовать систему жанров и изучить этапы развития мультимедийной журналистики;
2. Определить понятийный аппарат и дать общую характеристику сторителлинга;
3. Проанализировать развитие сторителлинга в России и за рубежом;

4. Рассмотреть форматы мультимедийного сторителлинга;
5. Дать общую характеристику лонгрида;
6. Выявить признаки сторителлинга в лонгридах ведущих российских и зарубежных интернет-изданий;
7. Оценить современное функционирование лонгридов в России.

Методы исследования: общенаучные, теоретические методы: работа с документами, синтез, анализ.

Эмпирическая база. В качестве эмпирической базы для практической части исследования, были отобраны 6 лонгридов, опубликованных в период с 2013-го по 2017-й год, таких известных изданий как: «The New York Times» «Complex», «Guardian», «Новая газета», «Коммерсантъ», «Газета.ру». Стоит отметить, что данные мультимедийные проекты входят в топ лонгридов с отличным дизайном по версии команды «Tilda Publishing» и сайта «The Ball».

Структура работы обусловлена предметом, целью и задачами исследования. Она состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

Введение раскрывает актуальность темы, определяет степень научной разработанности проблемы, объект, предмет, цель, задачи, методы исследования, теоретическую и практическую значимость работы.

Первая глава называется «Сторителлинг в мультимедийной журналистике». Она посвящена изучению базовых знаний по теме исследования и состоит из 4-х параграфов. В параграфе «Система жанров и генезис мультимедийной журналистики» изучаются важные понятия и основные этапы развития мультимедийной журналистики. Также рассматривается система жанров и её изменения с появлением мультимедиа и интернета. Параграф «Понятийный аппарат и общая характеристика сторителлинга» раскрывает возникновение и значение сторителлинга, доказывает его принадлежность к конкретной категории журналистики, определяет виды, цели и задачи. В параграфах «Развитие сторителлинга в России и за рубежом» и «Форматы мультимедийного

сторителлинга» рассматривается развитие сторителлинга благодаря материалам отечественных и зарубежных изданий, а также даётся характеристика форматов.

Вторая глава выпускной квалификационной работы «Мультимедийный лонгрид как особый формат сторителлинга» носит практический характер и включает в себя 3 параграфа. В первом параграфе «Общая характеристика мультимедийного лонгрида» подробно изучается формат мультимедийного лонгрида и выявляются основные признаки. В параграфе «Выявление признаков сторителлинга в лонгридах ведущих российских и зарубежных интернет-изданий» проводится анализ содержания и структуры мультимедийных лонгридов с целью обнаружения признаков сторителлинга и оценки их эффективности. В параграфе «Современное функционирование лонгридов в России» определяется востребованность формата мультимедийного лонгрида не только в профессиональных СМИ, но и в социальных сетях. Посредством оценки инструментов социальных сетей, позволяющих создавать лонгриды обычным пользователям.

В заключении подводятся итоги исследования и формируются окончательные выводы по рассматриваемой теме.

Библиографический список состоит из 43-х источников, а в качестве приложений используется таблица характеристики мультимедийных элементов по Н.Г. Лосевой и М.М. Лукиной и скриншот результатов опроса, проведённого в социальной сети «ВКонтакте».

Научная новизна работы заключается в комплексном исследовании малоизученного феномена сторителлинга в рамках мультимедийной журналистики. Автором предпринята попытка внести свой теоретический вклад в формирование более четкого представления о том, чем, собственно, является сторителлинг в современной медиа-среде – жанром, форматом или же методом создания журналистского материала, что и определило выбор данной темы для самостоятельного исследования.

Практическое значение. Данная работа может послужить базой для

проведения более детального исследования сторителлинга. Также содержание работы может использоваться для подготовки спецкурсов, посвященных мультимедийной журналистике.

1 СТОРИТЕЛЛИНГ В МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

1.1 Генезис мультимедийной журналистики, основные понятия и система жанров

Первостепенное значение для решения поставленных нами задач, имеют исследования, направленные непосредственно на рассмотрение основных этапов становления и выявления жанровой системы мультимедийной журналистики. Обращение к основным понятиям, в данном случае, является исходным моментом в понимании, что есть мультимедийная журналистика.

Ключевое значение кроется в слове «медиа». Данный термин считается множественным числом от «медиум» (Media – от лат. media, medium – средство, посредник¹). Именно поэтому «медиа» часто понимается как синоним к конкретному носителю информации или каналу передачи сообщения. Однако за самим понятием, на самом деле, стоит чрезвычайная сложная и разнообразная совокупность структур и видов деятельности, каждая со своим собственным способом коммуникации, экономикой, границами и аудиторией². Это значит, что речь идет о понимании термина «медиа» как разнообразия средств коммуникации, помогающих человечеству на разных этапах развития. Подразумевается не только использование фото, аудио, видео и текстовой информации.

Человечество, на самом деле, использовало различные медиа еще со времен мамонтов, и задолго до появления современных технологий. Еще пещерные люди догадались, что использование сразу нескольких способов передачи информации (жесты + звуки, рисунок + жесты, танец + звуки, рисунок + тень и т. д.) позволяет лучше донести информацию до оппонента. Такие приемы первобытного общества дают нам основание считать их коммуникацию мультимедийной. Так как само обозначение мультимедиа в прямом переводе означает одновременное сочетание

¹Кириллова, Н.Б. Мудиакультура: теория, история, практика: учеб. пособие / Н.Б. Кириллова – Москва: Изд-во Академический проект, 2008. – С. 459.

²Бриггз А. Медиа / А. Бриггз, П. Колби. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – С. 1.

множественных способов коммуникации в одном сообщении. Однако впервые о мультимедийности всерьез заговорили с приходом инновационного прогресса.

Впервые термин «мультимедиа» в мире журналистики был применен в 1966 году репортером американского журнала «Variety» Ричардом Альбарино. В своей статье он применил это слово по отношению к шоу, которое включало в себя световое оформление, слайд-шоу, кино и музыку. Тогда это представление восприняли как настоящий пример мультимедийного шоу, сочетавшего в себе самые разные способы передачи информации и включающего целый комплекс методов воздействия на аудиторию. Однако более серьезную окраску в мире журналистики данное понятие получило с появлением интернета и прогрессом цифровых технологий. Мультимедиа, если говорить об этимологии слова, в переводе с латинского означает «созданный из многих средств» (*multum* – много; *media, medium* – средоточие, средства). М.М Лукина, кандидат филологических наук, приводит следующее определение для данной технологии: «Мультимедийность – принцип создания контента/информации с использованием нескольких технологических платформ – вербального текста, фотографии, аудио, видео, инфографики и т.д.»¹. Термин официально попал в энциклопедии и стал неразрывно связан с журналистикой.

Сегодня в СМИ все чаще встречается такое словосочетание, как «мультимедийная журналистика». Современное журналистское произведение для конвергентных редакций включает в себя текст, звук, видеозапись, фото, инфографику и т. д. Интеграция разных типов информации позволяет осветить то, что происходило в действительности, выпукло и наглядно. Не удивительно, что в настоящее время и традиционные СМИ в онлайн-версиях и новые медиа активно используют мультимедийный контент².

Первый этап развития мультимедийной журналистики можно отсчитывать от даты появления интернета – 7 апреля 1994-го года считается официальной датой

¹Лукина, М.М. Интернет – СМИ: Теория и практика: учеб. пособие / М.М. Лукина – М: Изд-во Аспект Пресс, 2010. – С. 21.

²Кульчицкая, Д.Ю. Мультимедиа и СМИ / Д. Ю. Кульчицкая // Вопросы теории и практики журналистики. – 2012. – № 2. – С. 100.

рождения российского сектора интернета (Рунета). Это же время принято называть в качестве условной даты появления журналистики в сети – в 1994-ом году был изобретен первый интернет-браузер – «Netscape Navigator», представляющий собой совокупность программ для работы в интернете, позволявших просматривать страницы не только с текстом, но и с графическими изображениями. Кроме того это время выхода в интернет первых газет (издания местного масштаба «San Francisco Examiner»). К 1996-му году в сети появились такие «мастодонты», как «The New York Times» (США), «The Times» (Великобритания) и «Le Monde» (Франция). В России самой первой электронной версией обзавелась «Учительская газета» (1995 г.), и в этом же году в сети появился сайт информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг» (РБК)¹.

В 90-е годы в Рунете активно развиваются проекты литературной направленности, веб-обозрения, электронные библиотеки («Библиотека Мошкова»). Создаются первые универсальные информационные каналы («Национальная служба новостей»), открываются первые представительства радиостанций в сети («Серебряный дождь» или «Радио 101»), выходят номера собственно сетевых изданий, не имеющих печатных аналогов («Журнал.ру»). Возникают сетевые издания «по интересам»: журнал о горах и скалолазании «Risk Online», журнал о развлечениях «Crazy Web» и т. д.²

Данный период многие исследователи называют временем частных, авторских проектов: так, в 96-ом году вышел первый выпуск «Паравозов – News» – заметки «обо всем и ни о чем» А. Гагина. В этом же году на просторах сети появился проект А. Носика «Вечерний Интернет» – ежедневное обозрение русской и мировой сети, имевшее серьезный успех у читателей. Интернет начинает восприниматься не как дополнительный, побочный, в некотором роде маргинальный способ коммуникации, а как серьезный канал информационного вещания. Так, 1996 год обогатил представления о сетевой журналистике опытом освещения крупных поли-

¹Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обуч. сем. / С. Балмаева, М. Кастельс, Н.Г. Лосева, М.М. Лукина и др. – Екатеринбург: Изд-во Аграф, 2010. – С. 47.

²Кириллова Н.Б. Указ. соч., с. 57.

тических кампаний. В США усилиями трех крупнейших медийных структур создается сетевой канал «Election Line», целью которого стало освещение президентских выборов; а в Рунете на сайте «Национальной службы новостей» активно освещаются и выборы президента России. В этом же году партия «Яблоко» открыла первый сайт политической направленности¹. Первый этап развития мультимедийной журналистики продолжается приблизительно до 1998 года.

1998–1999-е годы стали и временем появления первых «вбросов» компромата в российском секторе сети интернет; явление, которое сегодня именуется «сырой» (непроверенной, но годящейся для последующих журналистских расследований) информацией, берет свое генетическое начало из тех первых сайтов, публикующих компрометирующие документы и материалы.

Начало второго этапа развития мультимедийной журналистики приходится на конец 90-х – начало 2000-х годов. Сеть начинают успешно осваивать известные «бумажные» медиахолдинги. Увидела свет онлайн-версия «Независимой газеты»; а сайты «Комсомольской правды» и «Известий» входят в десятку самых посещаемых информационных ресурсов интернета; «Коммерсантъ», «Аргументы и факты» и иные федеральные издания совершают беспрецедентный шаг – открывают бесплатный доступ к своим материалам в сети для всех желающих². В начале 2000-х годов появляются различные новостные ресурсы, такие как «Яндекс. Новости», до сих пор успешно работающие на информационном рынке. Продолжали развиваться и поисковые системы, наиболее известными из которых в Рунете стали «Яндекс» и «Рамблер». Наряду с новостными ресурсами, в Рунете в эти годы возникло множество развлекательных, кулинарных, детских, женских и иных изданий, сайтов о туризме и путешествиях, о музыке и спорте. Заполняя пустовавшие до этого ниши, они обеспечивали развитие информационно-справочных, аналитических, обзорных сегментов медиа-рынка. Притом что специалистов в сфере интернет-СМИ в России тогда практически не существовало, именно в это время

¹Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / Г.Г. Почепцов – М.: Изд-во Ваклер: Рефл-бук, 2001. – С.113.

²С. Балмаева, М. Кастельс, Н.Г. Лосева, М.М. Лукина и др. Указ. соч., с. 129.

в стране начинает формироваться профессиональная мультимедийная журналистика. Одним из итогов данного этапа развития стало то, что в сети начал формироваться специфический медийный сектор, имеющий самостоятельных производителей контента, первых рекламодателей, а главное – собственные целевые аудитории, в медиаповедение которых уже закладывалась привычка узнавать новости не с помощью традиционных СМИ (печати, радио, телевидения), а с помощью информационных ресурсов сети интернет¹.

Третий период становления мультимедийной журналистики специалисты именуют по-разному (этапом коммерциализации интернет-СМИ, годами становления новой медиаиндустрии, эпохой возникновения блогов и гражданских медиа), тем не менее большинство из них сходится на том, что длился данный период примерно с 2005-го по 2008-й год. Это было время, когда начался бум интернет-аудитории «традиционных СМИ» – несмотря на то, что в самом начале периода их веб-версии еще фактически воспроизводили материалы «материнских» изданий. Однако потребители информации уже успели оценить набор интерактивных сервисов, предлагаемых интернетом (комментарии, голосования, рейтинги), локальные дополнения к основному тексту (например, изобразительные)².

Ближе к концу третьего этапа сетевые издания уже всю экспериментируют с различными формами видеоконтента – от съемок конференций в «АиФ» или «Новой газете», до видеоопросов на улице («Коммерсантъ», «РГ»), видеоклонок журналистов различных изданий, учебных видеороликов, – реструктуризируются, превращаются в самостоятельные проекты. Расширился и тематический охват существующих интернет-СМИ: начинает расти ниша специализированных медиа для экономистов, финансистов, специалистов в области товарных рынков (например, finmarket.ru); активно заполняется пространство изданий о недвижимости («Рамблер/Недвижимость»); усиливается конкуренция на рынке деловых СМИ («Эксперт Online»); растет число изданий о спорте, путешествиях и т. д. Именно в

¹ Шустова, О.И. Пространство медиа искусства / О.И. Шустова – СПб.: Изд-во Алетейя, 2013. – С. 44.

²Силантьева О. Мультимедийная журналистика – это больше, чем «работать на сайте» / О. Силантьева // URL: <http://sila.media/multimedia/whatismultimedia/> (дата обращения 18. 04. 2018).

это время профессионалы от медиаиндустрии впервые заговорили о рисках, которые несут в себе «новые» медиа по отношению к «старым»¹. Однако новые веяния затронули не только сегмент печатных СМИ. В 2005-ом году в США была запущена первая в мире радиостанция, эфирным содержанием которой стали исключительно подкасты (аудиофайлы, размещенные в сети и представляющие собой нечто вроде аудиоблога или любительского радио). В это же время, большинство традиционных радиостанций в мире уже вполне «обжили» сеть; хотя в Рунете, например, такие радиостанции, как «Эхо Москвы», «Хит ФМ» и др., можно было услышать уже с конца 1990-х. Так, именно в середине «нулевых», с появлением широкополосного вещания, на сайтах радиоканалов возникли интерактивные программы, игры, чаты и т. д. Электронные страницы радиостанций существовали в различных видах: и как обычная трансляция традиционного эфира, и как самостоятельное интернет-радио (исключительно онлайн-вещание), и в иных вариантах; при этом сайты радиостанций начинали порой жить автономной от «материнской компании» жизнью – продолжая работу в интернете после закрытия вещания офлайн или обрастая дополнительными (неофициальными) страничками, которые готовились поклонниками радиостанции и т. д.²

В 2006–2007-ом году стали появляться и первые мобильные версии газет, помогающие привлекать новых читателей, разнообразить контент подаваемого материала, наладить «обратную связь» с аудиторией. Таким образом, 2004–2008 годы прошли под знаком развития блогосферы, возникновения пользовательского контента и начала активности гражданских медиа. Первая блогговая платформа (блог – от weblog, сетевой дневник, интернет-журнал, т. е. сайты, содержащие регулярно добавляемые записи о тех или иных событиях). Live-journal. com начала набирать популярность на западе еще в самом начале 2000-х, а уже в 2004-ом у «Яндекса» и в 2005-ом году у Google появилась функция поиска по блогам. Пик популярности данного формата сетевой коммуникации пришелся в отечественном сегменте интернета на 2006 год – тогда каждый час в Рунете появлялось около

¹Шустрова, О.И. Указ. соч., с. 84.

²Бриггз А., Кобли А. Указ. соч., с. 113.

сотни новых блогов. Довольно быстро блогосфера стала заметным явлением в российском медиапространстве: традиционные медиа перестали быть единственным источником информации, и нередко возникали ситуации, когда блогеры сообщали о «горячих» новостях раньше, нежели профессиональные журналисты. Сочетая текст, визуальные изображения и мультимедиа-контент, блоги становятся в это время источником оперативной информации даже для новостных агентств. Постепенно на сайтах различных СМИ появляются не просто регулярные цитаты популярных блогеров, но и специальные блоговые разделы с дневниками журналистов или даже отдельных читателей (скажем, у «Комсомольской правды»), еженедельные обзоры блогосферы («Lenta.ru»), целые страницы в виде блогов¹.

В конце 2008–2009-го года наступил финансовый кризис, когда мир медиа испытал падение объемов рекламы, сокращение спонсорской поддержки, усложнение условий выживания на рынке. С этого времени можно говорить о начале четвертого этапа развития мультимедийной журналистики, который длится по настоящее время. Он характеризуется постоянными и динамичными изменениями в медиасреде, рождением новых технологий, появлением необычных форматов взаимодействия с аудиторией и приращением неожиданных жанров журналистского мастерства.

Жанр – устойчивые формы или виды работ журналистов, которые объединяют похожие признаки содержательности и формальности². Журналистика имеет свою жанровую систему. Стоит отметить, что четкое жанровое разграничение есть только в теории и, в некоторой степени, в информационных источниках. На практике границы жанровой системы стерты, по причине постоянного слияния жанров, появления новых форм подачи информации. В результате жанры синтезируются, гибридизируются и развиваются, таким образом, жанровая система непрерывно пополняется.

¹Силантьева О. Мультимедийная журналистика – это больше, чем «работать на сайте» / О. Силантьева // URL: <http://sila.media/multimedia/whatismultimedia/> (дата обращения 18. 04. 2018).

²Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособие / Е.А. Баранова – М: Изд-во Юрайт, 2014. – С. 21.

Журналисты всегда стремились всесторонне освещать проблемы общества и всеми способами пытались привлечь и удержать внимание аудитории. Теперь, когда технологический прогресс, принес новейшие носители информации, способные хранить в себе одновременно визуальные, текстовые и звуковые данные, создал почву для успешной интеграции прессы, радио и телевидения в единые информационные ресурсы – мультимедийная журналистика полностью может удовлетворять потребности аудитории. В том числе, благодаря своей разнообразной системе жанров.

Исследователи выделяют следующие жанры мультимедийной журналистики: текстовые, мультимедийные и синтетические.

К текстовым – относят традиционные жанры (новость, очерк, колонка и т. д.). Синтетические жанры подразумевает объединение нескольких элементов – текста, иллюстрации, звука, интерактива.

Среди мультимедийных жанров выделяют: иллюстративные жанры, аудиальные, видеожанры.

Иллюстративные жанры:

- статичная иллюстрация, которая является одной из наиболее часто используемых компонентов в мультимедийном материале. Ее функции остались такими же, каковыми были и в традиционных СМИ: полное раскрытие истории, выстраивание визуального ряда, привлечение внимания;

- фотолента, фоторепортаж являются визуальными производными истории с помощью фотографии. Они могут быть построены по классическим правилам, как в традиционных СМИ, где каждая фотография последовательно «раскрывает» событие, или в виде смешанного набора фотографий, связанных какой-либо одной тематикой. Навигация может быть построена в виде последовательной смены иллюстраций или предложена в виде превью, где пользователь выбирает фотографию для просмотра произвольным образом;

- слайд-шоу, похожее на фотоленту. Главным образом отличается тем, что фотоподборка здесь «перелистывается» сама;

– графика/рисунок/карикатура в традиционном понимании остается распространенным видом иллюстрирования материала, как и в традиционных видах СМИ. Но, как и остальные элементы мультимедиа, обретает дополнительные свойства, такие как анимированность. В нее можно вложить движение и звук¹;

– инфографика объединяет слова и иллюстрации с целью представления идей и информации в тех случаях, когда это невозможно сделать с помощью только текста или иллюстрации в отдельности. Идеальная инфографика помогает читателю визуализировать информацию и проникнуть в суть темы. Так объясняется суть графической журналистики (как еще ее называют в Европе), которая на сегодня является одним из наиболее перспективных мультимедийных форматов подачи информации.

Инфографика обеспечивает несколько уровней «погружения». В некоторых случаях с ее помощью воссоздаются почти документальные картины. Ее ценность состоит не только в ее визуальной составляющей, но и в большой концентрации информации в рамках ограниченного «поля».

В мультимедийной журналистике инфографика представляется в следующих формах:

- статичная инфографика – карты, схемы, диаграммы и пр.;
- простая динамичная инфографика – продолжение развития статичной, отличительным свойством которой является наличие интерактивных элементов (видео, аудиокомментария, слайд-шоу);
- оперативная 3D-реконструкция – создается на основе технологии 3D. Темой обычно служат крупные происшествия: крушения самолетов, техногенные катастрофы. Задача – реконструкция события и его изображение максимально близкое к реальности. Требования – точность сбора и анализа данных;
- сложная статичная схема – занимает большое пространство, состоит из множества иллюстрированных и 3D объектов;

¹ Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учебное пособие / Е. В. Олешко. – М.: Изд-во Флинта, 2016. – С. 113.

– flash-заметка – состоит из текста, фотографий, видео и пр. Составляется редактором, в отличие от других видов инфорграфики.

Аудиальные жанры:

– подкаст – новый термин, вошедший в обиход в последние два десятилетия. Английское слово Podcast переводится, как цифровая запись радио или телепрограмма, которую можно скачать из интернета. Чаще это отдельный файл или серия, регулярно обновляемых аудиофайлов. По длительности выделяют: короткая новость, сюжет или передача;

– аудиоиллюстрация – фрагмент аудиозаписи, относящийся к определенной части текста; призвана передать часть сообщения, которая может нести в себе смысловую или эмоциональную нагрузку, в случаях, когда тон и экспрессия сказанного ньюсмейкером имеет не меньшее значение, чем сами слова;

– аудиоверсия текста, как следует из названия, воспроизводит текст статьи. Как правило, текст читается диктором и поему не может быть альтернативой радиопотоку, так как отсутствуют «живые голоса», «синхроны» и т. д.;

– аудиосюжет можно назвать производным от классического радиосюжета, так как помимо голоса диктора содержит «живые» голоса, интершум и пр. Это осмысленная и срежиссированная аудиозапись небольшого формата.

Видеожанры:

– видеоиллюстрация выполняет аналогичные классической фотоиллюстрации функции и редко имеет законченный сюжет. Фрагмент видео традиционно имеет отношение к определенной части текста или мультимедийного материала;

– видеосюжет, в свою очередь, уже является законченным сообщением с завязкой, кульминацией и развязкой и может быть самостоятельным материалом или размещен в «составе» мультимедийного материала;

– потоковое видео с места событий является привычным прямым эфиром с места событий. Только в отличие от телевидения, интернет-СМИ может предложить сразу несколько потоков одновременно с места события;

– интерактивный видеомост (интервью с ньюсмейкером в прямом эфире) является продолжением телевизионного жанра с добавлением, помимо режима видеоконференции, возможности участия в нем и другими доступными средствами, например, написанием комментариев.

Синтетические жанры:

– слайд-шоу со звуком (аудиослайд-шоу) включает элементы аудио-иллюстраций – аудиоцитаты, интершум, начитанный текст, звуковые эффекты. Визуальный ряд свободный – это могут быть как фотографии с места события, так и архивные кадры, документы, карты, скриншоты, карикатуры и т. д. Слайд-шоу относится к жанрам пассивного просмотра¹;

– мультимедийное ток-шоу – жанр, перебирающийся из телевидения, но использующий преимущества и законы Интернета: интерактивность, аудиторию пользователей, технологию мультиэкрана. Когда мы говорим о мультимедийном продукте, который создается в режиме прямого эфира, предполагается, что он складывается, как минимум, из трех частей – доэфирной (начало темы, может состоять не только из анонса прямого включения, но и из подборки контекстного материала), прямого эфира (простого из одной картинки или сложного, когда подверстаны дополнительные мультимедийные элементы, режиссируемого и интерактивного) и послеэфирной части;

– мультискрипт – новый формат подачи информации, который упрощает навигацию по видеоматериалам большого объема. Использование элементов мультискрипта упрощает навигацию по видеоматериалам большого объема. Сервис позволяет быстро и с высокой точностью выбрать интересующий фрагмент видеозаписи.

Информационные игры (интерактивный инфотеймент):

– викторины могут не просто быть уместными как элемент информационной картины дня, но и играть существенную роль в формировании таких важных вещей, как лояльность пользователя к изданию, увеличение времени пребывания на

¹Мирошниченко, А. Форматы подачи и упаковки контента в условиях медиаконвергенции / А. Мирошниченко // Медиаконвергенция, которая изменила мир: сб. науч. тр. – Москва: Изд-во РГГУ, 2014. – С. 63.

сайте, увеличение количества просмотров страницы. Викторина часто оказывается остроумно организованным блоком справочной информации или является промозлементом большой темы;

- турниры – продолжение викторин, они могут выявлять победителя, проходить в несколько серий, быть связанными с реальным течением событий, как популярные на спортивных сайтах игры «fantasy team»;

- flash-игры тоже могут стать частью инфотеймента. Для этого сюжет игры и ее этапы должны раскрывать информацию, близкую к информационному тренду или долгоиграющей актуальной теме. Например, игрушка для брокеров на сайте газеты «Ведомости» или датные игры на сайте «РИА Новости».

Интерактивный рисунок:

- интерактивный видеосюжет – это видео, в тело которого встроены ссылки на другие мультимедийные элементы. В самом простом варианте это появляющиеся в определенный момент «иконки» или микробаннеры, предлагающие перейти на связанное по контексту расширение. Эти элементы могут открываться как в параллельных окнах, так и в основном окне, прерывая или не прерывая основной поток;

- интерактивная карта/схема – это электронная карта, работающая в режиме двухстороннего диалогового взаимодействия человека (пользователя) и компьютера и представляет собой визуальную информационную систему. Для интерактивных карт расширяется понятие информативности.

Развитие новых форматов и жанров стимулируется технологиями и новыми функциями в устройствах, некоторые приживаются и становятся «промышленными», другие проходят как пик «моды» и исчезают, журналист новой формации должен чувствовать тенденции и наблюдать за новыми технологиями.

Так, например, лонгриды (от англ. «long read» – длинное чтение) – достаточно новый формат, появившийся несколько лет назад и изменивший наши представления о чтении текстов в интернете. Лонгриды, длинные, глубокие истории, которые лучше всего читать вдалеке от рабочего стола – по дороге на работу, в само-

лете или на диване – тогда, когда у вас есть время для того, чтобы полностью погрузиться в чтение. Лонгриды – это идеальный формат для iPad, iPhone или Kindle и таких приложений, как «Read It Later», «Flipboard» и «Instapaper», с помощью которых вы можете сохранить интересные тексты и прочитать их в любое удобное время. Сейчас, данный формат мультимедийной журналистики пользуется большой популярностью, поэтому мы рассмотрим его подробно в следующей главе.

В данном параграфе выпускной квалификационной работы требовалось проследить развитие и выделить систему жанров мультимедийной журналистики. Для реализации этих задач, нами были изучены работы таких медиаисследователей как: М. Лукина, А. Мирошниченко, Е. Баранова, Е. Олешко и других.

На основании рассмотренного теоретического материала, были даны определения основных понятий (медиа и мультимедиа), необходимых для понимания термина «мультимедийная журналистика». Уточнено, что в современных СМИ очень часто применяется данный термин, который предполагает создание современного журналистского произведения для конвергентных редакций, включающее в себя текст, звук, видеозапись, фото и инфографику.

Также, нам удалось выявить 4 этапа развития мультимедийной журналистики, обозначенных временными рамками с 1994-го года по настоящее время.

Изучая жанровую систему мультимедийной журналистики, мы пришли к выводу о том, что четкое жанровое разграничение есть только в теории и, в некоторой степени, в информационных источниках. На практике границы жанровой системы стерты, по причине постоянного слияния жанров и появления новых форм подачи информации. В результате жанры синтезируются и развиваются, таким образом, жанровая система непрерывно пополняется. Однако современные исследователи выделяют текстовые, мультимедийные и синтетические жанры журналистики. При этом классические жанры журналистики не исчезли, просто сетевая журналистика больше заинтересована в смешении жанров – прежде всего для того, чтобы как можно дольше удерживать внимание потребителя контента.

1.2 Понятийный аппарат и общая характеристика сторителлинга

По нашему мнению мультимедийная журналистика достигла того момента, когда журналисты имеют большие технические возможности, чтобы создавать материалы на любой вкус. Сейчас очень сложно заинтересовать аудиторию обычным текстом (особенно молодое поколение) без фотографий, различных эффектов, аудиосопровождения и т. д. Поэтому журналистам просто необходимо включать в свои материалы креативную составляющую.

Одним из креативных методов работы с читателями стал сторителлинг, который успешно применяется во многих сферах (рекламе, менеджменте, политике) и, конечно же, в журналистике.

В различных источниках само понятие трактуется как способ передачи информации через рассказывание историй¹. Рассказывание историй в настоящее время активно применяется в журналистике, ведь история является самым эффективным инструментом, с помощью которого слушатель, зритель или читатель легко перенимает определенный опыт и воспринимает информацию.

Метод сторителлинга изобретен Дэвидом Армстронгом – главой международной компании «Armstrong International». Данный метод заключается в преподнесении информации в виде увлекательной истории, базирующейся на психологической закономерности: истории более выразительны, увлекательны, интересны и легче ассоциируются с личным опытом, чем сухой невыразительный текст (правила, отчеты, директивы)². Поэтому, до середины 90-х годов сторителлинг применяется и развивается только в менеджменте – как эффективный метод воздействия на персонал.

Считается, что в бизнес сторителлинг пришел из нарративной психологии. В середине 1980-х американский психолог-когнитивист Джером Брунер заявил о существовании нарративного типа мышления. Он считал, что именно нарративы

¹ Школа эффективных сторителлеров: блог // URL: http://bdb100ktn.blogspot.ru/2012/07/blog-post_14.html (дата обращения 20. 04. 2018).

² Герасименко, О. Сторителлинг – эффективный вариант неформального обучения / О. Герасименко // URL: <http://www.trainings.ru/library/articles/?id=6330> (дата обращения 15. 03. 2018).

(от англ. narrative – «рассказ», «повествование») являются главным условием развития личности, а вовсе не образ мышления, как считали в то время другие исследователи психологии. Ученый соотнес его с таким литературным жанром, как автобиография. Брунер считал, что через обмен историями люди не просто выражают свое «я», но и перестраивают внутренний мир, а значит, нарратив естествен и даже необходим для человека.¹ Действительно, информация, подаваемая через истории, лучше усваивается и сильнее воздействует на аудиторию. Именно поэтому нарративы стали активно применяться в журналистике, а профессиональные словари пополнились еще одним термином.

Нарративное изложение – это явление, сочетающее в себе свойства журналистики и художественной литературы: с одной стороны оно затрагивает социально значимые темы, отличается фотографической точностью излагаемой информации: с другой стороны, представляет увлекательные истории, написанные живым языком, с драматическим сюжетом, в котором явно звучит голос автора². Именно таким изложением можно достичь главной цели сторителлинга – захватить воображение человека и высвободить его эмоции.

А.В. Красавина, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, кандидат филологических наук Южно-Уральского государственного университета, считает, что вскоре журналистика вообще претерпит очередную трансформацию (первая трансформация – конвергенция: конвергентная редакция становится «хабом» журналистских материалов и распределяет их по медийным платформам). Возможно, журналистика разделится на «нарративную» и «новостную», ведь в основе каждой из них лежит своя теоретическая база и свои приоритеты. «Нарративная» журналистика будет работать с историями, а «новостная», соответственно, с новостями. Оперативность играет, и будет играть ведущую роль в

¹ Хабурзания, Э. Сторителлинг как инструмент PR / Э. Хабурзания // URL: <https://refdb.ru/look/1254864.html> (дата обращения 10. 04. 2018).

² Булаева, М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат/ М.Н. Булаева // Журналистский ежегодник. 2015. – № 4. – С.122.

«новостной» журналистике, умение рассказать историю будет первостепенным требованием в «нарративной» журналистике¹.

Считается, что в журналистику сторителлинг пришел из литературы, а журналистские «сторителлинговые» тексты имеют схожую с литературным произведением структуру, методы воздействия на читателя и компоненты. Ведь главное для литературного писателя – создать историю, которая захватит читателя и повлияет на его мировоззрение. Журналист-сторителлер для создания такой истории использует литературную структуру сюжета: завязка, кульминация, развязка, обязательно включает персонажей (это может быть как человек, так и организация, но тогда о ней нужно рассказывать как о чем-то одушевленном), центральную (актуальную) тему, конфликт, который движет всей историей. В отличие от новостных текстов, которые пишутся по схеме «перевернутой пирамиды», история несет в себе личное авторское наполнение, для вовлечения и создания особого контакта с аудиторией.

Ранее мы говорили о том, что все жанры журналистики подверглись гибридации и диффузии настолько сильно, что зачастую трудно определить к какой журналистской категории относится тот или иной материал.

Также, в научном мире существуют разные мнения по поводу характеристики сторителлинга. Так, например, О. Самарцев, профессор Ульяновского государственного университета, считает, что «сторителлинг – особый генеральный жанр или стиль «письма» называемый западными исследователями «features writing». Он необходим для раскрытия важных событий общественной жизни, оформленных в качестве историй»². Напротив А.А. Градюшко, кандидат филологических наук, доцент, куратор специальности «Журналистика» Белорусского государственного университета, утверждает, что «мультимедийный сторителлинг – это

¹ Красавина, А.В. Сторителлинг как журналистская дисциплина: проблемы и перспективы преподавания/А.В. Красавина // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 4 (26). – С. 134.

² Самарцев, О. Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики: учеб. пособие / О. Р. Самарцев. – М.: Академический проект, 2009. – С.526.

новый формат журналистского медиатекста, включающего в себя аудиовизуальный продукт и инфографику»¹.

В статье «Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций» преподаватели Нижегородского государственного педагогического университета придерживаются мнения о том, что сторителлинг – это искусство рассказывания историй. Под этим понятием авторы понимают интерактивное искусство использования слов и действий для выявления элементов и образов истории для пробуждения воображения слушателя.

По такому принципу сообщество ученых разделилось во мнениях: первые считают, что сторителлинг – это жанр, вторые придерживаются мнения, что это особый формат мультимедийной журналистики, а третьи утверждают, что это искусство рассказывания историй или творческий метод подачи информации. Так как однозначного ответа на этот вопрос нет, мы сформируем свое понимание сторителлинга и отнесем его к жанру, формату или методу донесения информации до аудитории.

Ранее мы разобрались с понятием жанра и жанровой системой журналистики. Теперь рассмотрим термин формат. В толковом словаре под редакцией Н.Ю. Шведовой формат характеризуется как форма построения и подачи информации. Кандидат филологических наук Г. В. Лазутина в своей научной работе говорит о том, что формат – это понятие коммуникативистики, характеризующее место предмета коммуникации в информационных потоках, адресуемых обществу. Однако делается акцент на том, что в последнее время границы данного понятия сильно расширились. В связи с этим формат можно понимать: в исходном значении – как совокупность внешних характеристик предмета коммуникации, передающих его размер и особенности формы, либо как «вид творчества», «тип изда-

¹Градюшко, А. А. Мультимедийная история и сторителлинг в структуре современной веб-журналистики / А. А. Градюшко // Международная журналистика: турбулентность межгосударственных отношений и медиа: сб. науч. тр. – Минск: Изд-во БГУ, 2016. – С. 87–91.

ния», «род творчества», «вид коммуникационного канала» и как «способ подачи»¹.

Таким образом, мы уже имеем представление о том, что является жанром, а что можно называть форматом. Жанр можно понимать как определенный тип формы литературного произведения, который характеризуется общностью структурно-композиционных и стилистических признаков. Большой приоритет отдается содержанию, которое должно органично сочетаться с формой.

Что касается формата, судя по определению самого понятия, предпочтение больше отдается именно внешним характеристикам и способу подачи материала. Исходя из этого, мы можем сделать вывод, что эти понятия не обозначают одно и то же. Теперь, когда мы четко понимаем, что подразумевают под собой термины жанр и формат, мы можем дать полное описание понятия сторителлинг.

Стоит отметить, что сторителлинг относится к тем самым повествовательным гибридам, которые были образованы в ходе развития мультимедийной журналистики и теперь находится в спорной категории контента. На наш взгляд, его некорректно относить строго к жанру или формату, сторителлинг относится к нарративной журналистике и является нарративом. По нашему мнению, это скорее способ подачи информации через призму личной истории рассказчика, представленной в разных жанрах журналистики и форматах. Вообще «рассказывание историй» само по себе больше способ, процесс или технология, чем форма. Нарративный журналистский текст имеет сугубо-личностное авторское наполнение, и, стало быть, его производит не новостная, а публицистическая журналистика.

Можно сказать, что сторителлинг применяется во всех сферах нашей жизни: экономической, социальной, политической и духовной.

Однако по форме выражения сторителлинг делится на три вида: устный, письменный и мультимедийный (цифровой):

¹Лазутина, Г.В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики / Г.В. Лазутина // Вестник МГУ. Серия: «Журналистика». – 2010. – №6. – С. 17–20.

– устный сторителлинг – существует в тандеме с публичными выступлениями. Важную часть тут занимают мимика, жесты, взгляд и эмоции говорящего. Он используется в презентациях и межличностном общении;

– письменный сторителлинг – сегодня является объектом пристального изучения, эта технология завоевания и удержания внимания аудитории заимствуется копирайтерами, блогерами, маркетологами и журналистами;

– мультимедийный (цифровой) сторителлинг – используется в сайтостроении и цифровой журналистике, в социальных сетях, а также в создании презентаций и видеороликов. Цифровой сторителлинг может быть представлен в разных форматах¹.

В данной выпускной квалификационной работе мы поставили задачу рассмотреть сторителлинг именно в рамках мультимедийной журналистики. Поэтому нам нужно разобраться в особенностях мультимедийного (цифрового) сторителлинга. Прежде всего, мультимедийный сторителлинг – это форма подачи большого объема информации в цифровой среде с использованием возможностей разных медиаплатформ, присущих им выразительных средств и мультимедийных элементов². Можно сказать, что, принципиально, на базовом уровне мультимедийный сторителлинг не отличается от письменного или устного. Во всех случаях, история, заложенная в текст автора, является первоосновой. Однако присутствуют существенные различия на уровне оформления. Важно обратить внимание на принципиальную визуальность цифровых форматов, используемых для создания истории. Мультимедийный сторителлинг предполагает наличие мультимедийного наполнения, к которому можно отнести комбинацию инфографики, фото, панорам, видео, интерактива, слайд-шоу, 3D-графики, gif-анимации и других элементов мультимедиа, которые мы рассмотрели ранее.

¹ Грушевская В.Ю. Применение метода цифрового сторителлинга в проектной деятельности учащихся / В. Ю. Грушевская // Педагогическое образование в России. – 2017. – № 6. – С. 40–41.

² Качкаева, А.Г. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С.А. Шомова. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – С. 139–140.

Другими словами, в основе мультимедийного сторителлинга находится история, рассказанная с помощью нескольких мультимедийных средств, собранная таким образом, что каждая мультимедийная составляющая развивает и дополняет общий рассказ, но упущение одного из таких элементов не искажает общий смысл сюжета. При этом сложно сохранить в мультимедийной истории стройную, стержневую логику повествования – именно из-за того, что подобный сторителлинг использует разносредовые и разноформатные элементы.

Проекты мультимедийного сторителлинга всегда логически структурированы, они состоят из связанных между собой элементов, удачно дополняющих друг друга. Автор такого рода проектов должен заранее представлять аудитории навигацию мультимедиаистории, чтобы каждый мог перемещаться в пространстве онлайн-полотна. Только так пользователь сможет в итоге понять замысел автора, полностью погрузиться в сюжет и получить удовольствие от рассказанной ему истории.

Таким образом, рассмотрев все аспекты сторителлинга и его особенности в мультимедийной среде можно выделить законы мультимедийного сторителлинга, которых автор обязательно должен придерживаться для достижения желаемого результата:

1. логичная структура;
2. эмоциональное и психологическое вовлечение аудитории в сюжетное повествование;
3. наличие интригующей истории;
4. гармоничный набор мультимедийных элементов, направленный на эмоциональные реакции аудитории, и способствующий удобной навигации по онлайн-полотну;
5. для мультимедийного сторителлинга необходим не просто персонаж, а герой, через которого читатели будут погружаться в историю;
6. важны не просто изменения, которые будут происходить с героями, важно выстроить драматургию рассказа, которой в итоге будет подчинен текст и мультимедийные элементы.

тимедийная составляющая проекта. Драматургия должна быть выстроена с помощью: проблемы – это то, что движет драмой, внешним конфликтом (столкновение между разными группами людей или борьба с природными условиями), внутренним конфликтом (борьба внутри человека);

7. решение проблемы, выход из ситуации и побуждение к действиям. Так как изначально сторителлинг применялся в сфере бизнеса и позиционировал себя как метод мотивации и побуждения персонала к работе, в нем осталась манипулятивная составляющая;

8. можно использовать прием «открытой концовки», он создает эффект обманутых ожиданий и позволяет аудитории самой придумать завершение истории;

9. сопереживание – самый действенный способ удержать читателя до конца истории;

10. должен содержать наглядность и визуальный потенциал. Это позволит добиться сопереживания, ведь картинка сильнее воздействует на психику человека, чем слово¹.

В данном параграфе рассмотрено несколько точек зрения по поводу термина сторителлинг. Благодаря чему, выявлено, что в научной среде нет единого понимания того, к какой журналистской категории относится данное понятие. Установлено, что медиаисследователи характеризуют сторителлинг как формат, жанр или искусство/метод рассказывания историй. Появилась острая необходимость понимания в различиях понятий жанр и формат, в ходе изучения различных источников, нами было осмыслено, что жанр можно понимать как определенный тип формы литературного произведения, который характеризуется общностью структурно – композиционных и стилистических признаков. В данном случае, больший приоритет отдается содержанию. Что касается формата, большое внимание уделяется именно внешним характеристикам материала.

Таким образом, было сформировано собственное понимание сторителлинга. С нашей точки зрения, это скорее способ подачи информации через призму личной

¹ Качкаева А.Г., Шомова С.А. Указ. соч. с. 131–150.

истории рассказчика, представленной в разных жанрах журналистики и форматах. Поэтому некорректно относить данное понятие к жанру или формату, так как «рассказывание историй» само по себе больше способ, процесс или технология, чем форма. Опираясь на труды известных медиаисследований, которые придерживаются аналогичного мнения, нами было выявлено три вида сторителлинга: устный, письменный и мультимедийный. Так как цель выпускной квалификационной работы заключается в изучении сторителлинга именно в медиасреде, соответственно были выделены основные характеристики мультимедийного (цифрового) сторителлинга.

Мультимедийный сторителлинг всегда хорошо структурирован, обязательно содержит эмоционально вовлекающую историю, в которой гармонично сочетаются все мультимедиа-составляющие, а сюжет может развиваться трансмедийно и должен побуждать к действию.

1.3 Развитие сторителлинга в России и за рубежом

В параграфе «Понятийный аппарат и общая характеристика сторителлинга» мы рассмотрели историю возникновения данного феномена. Однако, источники, отражающие поэтапное развитие сторителлинга в России и за рубежом отсутствуют. В связи с этим, мы решили реализовать данную задачу, рассмотрев наиболее показательные работы отечественных и зарубежных СМИ.

Первым проектом с применением метода мультимедийного сторителлинга в мире принято считать проект команды «The New York Times» – «Snow Fall» («Снегопад»), опубликованный в 2012-ом году. Зарубежные медиаэксперты тогда назвали его самым лучшим мультимедийным форматом подачи информации. Заголовком этого материала стал нарицательным для новой формы лонгридов в медиа. В проекте рассказывается история о 16-ти лыжниках и сноубордистах, попавших в снежную лавину. Текст составлял более 16-ти тысяч слов и включал в себя 3D-модель гор, фотографии, интерактивную карту, аудио и видеоролики.

Текст выступал как основной элемент, мультимедийные элементы двигались с разной скоростью, что передавало так называемый «эффект занавеса», или параллакс-эффект, который позволяет создавать объем в глазах читателя. Проект был нацелен на глубокое эмоциональное вовлечение, создание эффекта присутствия и передачу впечатлений. Ранее такие приемы использовались только в презентациях и видеоиграх. «The New York Times» считается первым СМИ, которое применило такую технику подачи информации в медийной сфере. Публикация набрала за неделю более 4-х миллионов просмотров¹.

После такого удачного эксперимента на сайтах различных СМИ начали появляться материалы, вдохновленные шедевром «The New York Times». Команда спортивного канала «ESPN» и ее дочернего сайта «Grantland.com» стала одним из первых ньюсрумов, который перенял такую концепцию подачи информации и методы воздействия на аудиторию. Уже в сентябре 2013-го года на сайте «Grantland.com» был размещен материал «Out in the Great Alone» («В одиночестве»). Сюжет повествовал о гонке на собачьих упряжках на Аляске, а форма материала сильно напоминала «Snow Fall» команды «The New York Times». Материал просматривался при помощи прокручивания мышки, а элементы мультимедиа были органично встроены в полотно повествования. Вслед за этим примером появились и многие другие подобные мультимедийные проекты.

Другой известный эксперимент «The New York Times» в области мультимедийного повествования – репортаж «Забывтая Россия», выпущенный в октябре 2013 года. На главной фотографии женщина в платке, которая идет к церкви с золотыми куполами. При прокрутке страницы вниз появляется интерактивный маршрут от Санкт-Петербурга до Москвы. Этот лонгрид привлекает не только сюжетом, но и графическим воплощением. В тексте много крупных фотографий и видеороликов. В целом материал рассчитан на серьезное, долгое, вдумчивое чтение.

¹Градюшко, А.А. Лонгрид как формат визуализации контента в современных интернет-сми / А.А. Градюшко // Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии: сб. науч. тр. – Минск: Изд-во БГУ, 2017. – С. 45.

С появлением работ этих изданий журналистика переживает бум подобных проектов. В определенной степени расцвет лонгридов объясняется опасением журналистов за судьбу качественной аналитики в медиасфере интернета.

В октябре 2015-го года на страницах «The New York Times» редакция СМИ опубликовала доклад, посвященный стратегии своей работы. «Наша команда журналистов с глубокими техническими и дизайнерскими навыками постоянно переосмысливает рассказывание историй, и лидирует в инновациях медиаиндустрии. Результат виден не только в еженедельном выпуске больших мультимедийных проектов, но и в повседневном великолепии визуального и цифрового сторителлинга, возможном благодаря командам графики, интерактивных новостей, цифрового дизайна. Теперь мы подталкиваем всех наших журналистов к тому, чтобы стать более гибкими в использовании этих инструментов и методов» – говорилось в докладе.

Примеров качественных лонгридов много и в российских интернет-СМИ. К числу наиболее удачных и впечатляющих работ мы можем отнести аналитический спецпроект сайта «Коммерсантъ» под названием «Земля отчуждения. Чернобыль и его окрестности. 28 лет после аварии»¹, вышедший 26 апреля 2014 года. Над этим лонгридом работали 14 человек. Для фотогалерей было отобрано по 10–12 фотографий, чтобы не перегружать читателя. В качестве видео использованы архивные кадры, снятые с вертолета. Есть также видео-интервью с жителями деревни в 32-х километрах от ЧАЭС. Можно посмотреть 3D-панораму зала управления четвертого энергоблока, но сам процесс напоминает компьютерную игру. В целом этот спецпроект дает зрителю ощущение присутствия и сопереживания. До сих пор считалось, что для материалов в интернет-СМИ оптимальным размером являлся объем в один экран монитора, что соответствует 1500–2000 знаков, или около 300–400 слов.

В последнее время чаша весов качнулась в другую сторону. Так, сравнив 10 лучших материалов пяти крупных зарубежных медиа, эксперты компании «News

¹Градюшко, А.А. Там же, с. 46.

Whip» пришли к выводу, что у объемных материалов (свыше 1200 слов) показатели популярности не менее высоки, чем у кратких заметок объемом до 500 слов¹. Это говорит о том, что в интернет-СМИ возвращаются объемные авторские публикации, а аналитические жанры журналистики востребованы в мультимедийных форматах. Портал «Onliner.by» в последнее время запустил ряд спецпроектов и циклов статей, которые предлагают читателю не просто чтение, но и опыт переживаний через различные способы проникновения в суть проекта. Так, материал «Курган беды. История бабушки-эпохи», опубликованный 5-го декабря 2015-го года, набрал более 6700 просмотров, получил более 300-т откликов в «ВКонтакте» и более 90-а в Facebook. Публикация имеет объем 1300-а слов, включая 19 фотографий. По содержанию и форме этот материал больше напоминает жанр очерка, который почти исчез со страниц печатных СМИ, но он получил новую жизнь в интернете в формате мультимедийной истории. В распоряжении журналистов имеются специальные веб-сервисы (например, Tilda Publishing), позволяющие создавать лонгриды, не владея специальными техническими навыками. По всей видимости, сказывается как недостаток человеческих ресурсов, так и нежелание многих редакций в полной мере использовать современные мультимедийные инструменты. Преимущества мультимедийных историй очевидны, но есть и недостатки. В частности, этот формат подходит в основном для большого экрана. Только в этом случае можно оценить достоинства крупноформатных иллюстраций. Визуальное впечатление от материала в таком случае довольно сильное. При просмотре со смартфона оценить все достоинства лонгрида сложнее. Кроме того, нередко лонгриды со сложной версткой и интерактивными элементами вызывают одобрение у журналистов и дизайнеров, но получают мало внимания читателей².

Другой серьезный тренд, на который мы обратим внимание, это увеличение медиапотребления с мобильных устройств. Переход аудитории со стационарных

¹ Золотухин, А.А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история как новые вершины журнализма / А.А. Золотухин, Ю.Н. Мажарина // Вестник ВГУ. Серия: «Филология. Журналистика». – 2016. – № 2. – С. 32.

² Градюшко, А.А. Современные мультимедийные форматы аналитических жанров журналистики / А.А. Градюшко // Международная журналистика: турбулентность межгосударственных отношений и медиа: сб. науч. тр. – Минск: Изд-во БГУ, 2016. – С.194–196.

компьютеров на планшеты и смартфоны привел не только к появлению новых форматов сайтов и приложений, но и оказал влияние на принципы создания журналистских материалов. В докладе «The New York Times» по этому поводу говорилось: «Мобильные устройства – не просто еще один канал распространения информации; вместе с ними меняется восприятие новостей и информации. Поэтому то, как мы рассказываем наши истории, дизайн взаимодействия, скорость и функциональность продуктов будут иметь решающее значение для обособления Times от конкурентов. Мы улучшаем две основные точки входа на мобильном телефоне, нашу домашнюю страницу и статьи, делая их более наглядными и полезными. Это осуществляется благодаря большим фотографиям и маркированным спискам для лаконичной подачи срочных новостей»¹.

При запуске известного проекта «Meduza.io» создатели ставили перед собой задачу не только рассказывать, но и объяснять. Это было настолько важно, что потребовало создания специального раздела, который назвали «Картотека». Публикации, размещенные в нем, оптимизированы для мобильных устройств и созданы в соответствии с принципами так называемой «объяснительной журналистики»².

Текущие события или факты объясняются простым языком, доступным даже самому неподготовленному пользователю. Публикации в формате объяснительной журналистики оформляются различным образом: в виде списков вопросов – ответов, карточек, инфографики, а также могут сопровождаться картинками или роликами. Текст упрощается, а термины заменяются простыми словами. Проект «Meduza.io» позиционирует себя как новостной сайт, предпочитающий журналистику факта, а не субъективное мнение, и в то же время использует «карточки» для описания событий и раскрытия контекста. В качестве примеров материала этого формата можно привести публикации: «Зачем Россия запрещает украинские

¹ Золотухин, А.А. Указ. соч., 32.

² Коноплев, Д.Э. Закат десктопов: как мобильные платформы меняют медиа и их аудиторию / Д.Э. Коноплев // Вестник ЧелГУ. Серия: «Филология. Искусствоведение». – 2015. – Вып. 94 – №5 (360). – С. 69.

продукты?», «Чем грозит выход России из Совета Европы?»¹. В других изданиях также можно увидеть статьи, созданные с использованием графиков, диаграмм и фотографий.

Подводя итоги, можно сделать выводы о том, что в настоящее время, сторителлинг недостаточно изучен и на данный момент нет официальных источников, раскрывающих историю его развития. Исходя из этого, нами были рассмотрены самые популярные и показательные мультимедийные проекты отечественных и зарубежных изданий. На основании полученной информации можно прийти к выводу о том, что «первооткрывателями» мультимедийного сторителлинга является редакция американского «New York Times». Соответственно сторителлинг в сфере журналистики начинает развиваться на западе, а затем приходит в Россию.

Опираясь на данные исследования «News Whip», можно предположить, что материалы объемом свыше 1200 слов вызывают интерес у аудитории, соответственно в интернет-СМИ возвращаются масштабные авторские публикации, а аналитические жанры журналистики будут востребованы в мультимедийных форматах.

Пока нельзя с уверенностью сказать, станет ли мультимедийный сторителлинг основным творческим приемом веб-журналистики или останется модной технологической игрушкой. Тем не менее, можно предположить, что такой способ подачи материалов привлечет интерес аудитории к аналитическим текстам.

1.4 Форматы мультимедийного сторителлинга

При рассмотрении форматов мультимедийного сторителлинга стоит отталкиваться от критерия интерактивности. Автору такого рода проекта очень важно включать элементы взаимодействия с аудиторией для достижения максимального вовлечения, а интернет и современные технологии позволяют в полной мере до-

¹ Градюшко, А.А. Современные мультимедийные форматы аналитических жанров журналистики / А.А. Градюшко // Международная журналистика: турбулентность межгосударственных отношений и медиа: сб. науч. тр. – Минск: Изд-во БГУ, 2016. – С. 196.

биться такого эффекта. Именно интерактивность дает возможность читателю взаимодействовать с контентом. Этим отличается мультимедийный проект от обычной фотографии, текста или видео в сети. Например, в мультимедийном лонгриде его составляющие (фото, аудио, текст, видео и т. д.) не будут казаться «мультимедийными» до тех пор, пока в них не будут присутствовать элементы, позволяющие аудитории делать самостоятельный выбор и проявлять интерактивность. Вот почему интерактивность часто называют одним из определяющих признаков мультимедийного контента. Если мы возьмем этот аспект за основу, то разделение форматов пойдет от нулевой интерактивности линейной текстовой истории к игровому миру, где, напротив, мы имеем дело со сплошной интерактивностью – и никакой линейной истории.

Таким образом, мультимедийные истории разделятся по признаку присутствия в них мультимедийных элементов, а также на статичные и динамичные типы.

Итак, самой простой формой в нашей классификации окажется небольшая колонка текста. На второй по сложности ступени будет располагаться большой текст. Далее будет идти большой текст с иллюстрациями. Большой текст с картинками и несколько видеотрейлеров – четвертая ступень сложности, пока еще простых по своей общей сути, линейных форматов. Эти форматы относятся к статичному типу историй, далее идут более сложные – динамичные.

На пятой ступени в этом списке располагаются истории, которые так же надо читать линейно, но они уже содержат разнообразные мультимедийные элементы, которые воспринимаются читателем в тандеме с текстом – мультимедийные лонгриды.

Когда мультимедийная история расширяется, например, в аудиовизуальную – это уже веб-документалистика. Она занимает еще более серьезную (шестую) ступень. Так как в проектах такого формата немного текста, а в качестве основного источника выступает видео. Лонгриды и веб-доки уже могут быть линейными и нелинейными.

На седьмой ступени располагаются различные игры, дополненная и виртуальная реальность. Эти проекты строятся на интерактивности и полностью погружают пользователя в историю¹.

Несмотря на то, что объединить мультимедийные проекты по определенным признакам сложно, тем не менее, все проекты мультимедийного сторителлинга обладают набором свойств, из комбинаций которых и складывается формат:

- сюжетность – на ней держится замысел автора;
- инструментарий – совокупность экранно-визуальных средств, с помощью которых будет рассказана и представлена история. Здесь важно, какая именно основа будет выбрана в качестве главного ядра мультимедийной истории: фото, текст, визуализация данных, графика или видео;
- платформа, на которой создается проект. Иными словами, его оболочка. Этот критерий тесно связан с выбором основы истории (инструментарием). Именно от основы мультимедийной истории зависит, какое программирование будет использовано при создании проекта;
- интерактивность. Уровень и скорость взаимодействия с читателем и погружения его в сюжет истории. Тут важно, чтобы структура и оформление дополняли друг друга и работали на вовлеченность. Оценивается уровнем simultaneity – в средневековом театре этот термин означал одновременную установку на сценической площадке всех мест действия, необходимых для одного представления², а в современной журналистике это понятие определяет прямые трансляции на телевидении. Другими словами, это одновременная, синхронная работа всех источников информации. А.Я. Юровский профессор факультета журналистики Московского государственного университета, в своем учебнике «Место телевидения в системе средств массовой коммуникации» пишет, что на телевидении simultaneity прямого эфира создает сильный эффект присутствия, придающий

¹Качкаева А.Г., Шомова С.А. Указ. соч. с. 139–160.

²Словари и инциклопедии на Академик: официальный сайт // URL: <https://dic.academic.ru/> (дата обращения 22.05.2018).

информации особую достоверность и документальность¹. Стоит отметить, что этот эффект успешно работает для погружения человека в виртуальную реальность.

На основе этих свойств можно говорить о форматах мультимедийного сторителлинга более подробно.

Мультимедийный лонгрид. Разница между лонгридом и другими форматами мультимедийного сторителлинга состоит в том, что вдоль «основной линии» рассказываемой истории находятся мультимедийные элементы, которые либо появляются по мере продвижения пользователя вглубь истории, либо он их контролирует сам, например, скроллингом воспроизводя видео. Ядро истории – текст. Эффект погружения достигается за счет искусности сочетания текста и мультимедийных элементов. Качество и образность текста влияют на этот показатель не меньше мультимедийной составляющей. Кроме того, М.Н. Булаева, преподаватель кафедры журналистики и массовых коммуникаций Южно-Уральского государственного университета, охарактеризовала структуру лонгрида как мультимедийное нарративное изложение (письменное повествование), тем самым доказывая, что этот формат является визуальным сторителлингом². Как правило, лонгрид отличается вертикальным скроллингом, HTML-версткой, линейной структурой (у проекта есть явные начало и конец), использованием параллакс-эффекта. Также, лонгрид является самым доступным для медиапроизводства форматом мультимедийного сторителлинга: стоимость может быть невысокой из-за использования готовых платформ для создания лонгридов или конструкторов сайтов, которые не требуют профессиональных знаний по веб-дизайну и программированию.

Веб-доки – интерактивное документальное кино. В основе таких мультимедийных историй лежит видео. Важна документальная визуальность. Производится на основе flash, HTML5. Работает тот же принцип использования мультимедийных элементов, что и в мультимедийных лонгридах: обрамления, графические

¹Юровский А. Я. Место телевидения в системе средств массовой коммуникации / А. Я. Юровский // URL: <http://evartist.narod.ru/text6/25.htm> (дата обращения 20. 03. 2018).

²Булаева М.Н. Указ. соч., с. 122.

вкрапления, тексты, фото и другие фрагменты вплетены в канву истории – в данном случае, в видео. Чаще всего в веб-доках используется «рваная» структура, при которой каждый элемент одновременно является как законченным фрагментом, так и частью большой истории (в связи с чем, возможно отсутствие явного начала и конца истории). Требуется написание сценария. Это достаточно дорогой формат для производства, учитывая серьезную видеосоставляющую.

Включенная виртуальность – проекты виртуальной и дополненной реальности (VRAM). На сегодняшний день это самый дорогостоящий формат мультимедийной журналистики, так как требует финансовых затрат на производство и покупки дорогостоящего оборудования (камеры для съемок видео 360-ти градусов). Также может состоять из двух подвидов (на сегодняшний день): видео 360-ти градусов и графический VR. Оба вида имеют самый высокий уровень эффекта вовлечения – погружения в контент. Этот вид мультимедийного сторителлинга требует использования технологий виртуальной реальности, в которой журналист перестает быть посредником между событием и зрителем, и это дает пользователю возможность не просто ощутить «эффект присутствия», а действительно самому пережить происходящее¹. Виртуальность считают одним из самых перспективных форматов мультимедийного сторителлинга.

Некоторые специалисты отдельно выделяют форматы: интерактивные книги и виртуальные музеи.

Интерактивные книги – электронные книги с расширенными возможностями. Обязательно наличие навигации: меню, как содержания. Используются мультимедийные элементы, связанные с аудио и видеоформатами, 3D-графика, интерактивные формы рассказа. Эффект присутствия не является характерным и тем более обязательным.

Виртуальные музеи – многофункциональный комплекс, существующий в виртуальном пространстве. Технология бесконтактного информационного взаимо-

¹ Качкаева А.Г., Шомова С.А. Указ. соч. с. 142–180.

действия пользователя с музейной средой, компьютерная система, которая обеспечивает определенные визуальные и звуковые эффекты¹.

Еще один сравнительно новый формат, который в полной мере объясняет новости и позволяет аудитории виртуально участвовать в важных событиях, это новостные игры. В статье «Игровая технология в современных средствах массовой коммуникации» В.А. Савицкого это понятие объясняется, как: «видеоигра, целью которой в первую очередь является осмысление ее контекста – реальной ситуации, которую символически транслирует игра»². Предполагается, что в новостной игре разработчики закладывают все механизмы, помогающие аудитории разобраться в той или иной теме. В качестве отдельного формата сторителлинга следует выделить фото-истории, в которых количество визуальных элементов превышает количество текста. Однако в данном формате сохраняется нарративное изложение.

Подобным форматом также является инфографическая статья, в которой визуальное, графическое преобладает над текстом³. Данный формат может быть представлен лишь инфографикой, предоставляя «сухую» информацию читателям, либо быть полноценным мультимедийным проектом с вкраплением других аудиовизуальных элементов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что все форматы современного сторителлинга имеют общий набор характеристик: нарративность, мультимедийность, интерактивность, наличие «эффекта присутствия», возможность создания нелинейного сюжета в рамках одной истории. Также, можно сказать о том, что с течением времени и развитием медиа возможностей появляется все больше форматов мультимедийного сторителлинга, но все они объединены одной целью – привлечь и удержать внимание аудитории. С помощью новейших технологий эти форматы способны воздействовать на основные органы чувств: зрение (фотогра-

¹Кириллова Н.Б. Указ. соч., с. 37.

²Савицкий, В.А. Игра как феномен журналистского творчества / В.А. Самарцев// Медиаскоп // URL: <http://www.mediascope.ru/node/> – 2010. – №2.

³Лосева, Н.Г. Конвергенция и жанры мультимедиа / Н.Г. Лосева, А.Г. Качкаева, И.В. Кирия // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные медиа превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой – М., 2010. – С. 133.

фией, визуальным оформлением, а также изображением в видео), слух (аудиовставками, подкастами, а также звуком в видео), и тактильные ощущения (использование сенсорного экрана на различных гаджетах, позволяющих буквально прикоснуться к описываемому объекту).

В главе «Сторителлинг в мультимедийной журналистике» мы проследили, как исторически менялась журналистика с появлением мультимедиа и интернета. Исходя из чего, сделали вывод о том, что четкое жанровое разграничение есть только в теории и, в некоторой степени, в информационных источниках. На практике границы жанровой системы стерты, по причине постоянного слияния жанров, появления новых форм подачи информации. В результате жанровая система непрерывно пополняется. Опираясь на научные труды медиаисследователей, мы установили разделение на текстовые, мультимедийные и синтетические жанры мультимедийной журналистики. При этом уточнили, что классические жанры журналистики не исчезли, просто сетевая журналистика больше заинтересована в смешении жанров, чтобы как можно дольше удерживать внимание потребителя контента.

Также нами были изучены ключевые термины необходимые для исследования: медиа, мультимедиа, мультимедийная журналистика, жанр, формат и сторителлинг. Так как в научном мире нет единого мнения, к какой журналистской категории относится сторителлинг – формату, жанру или искусству/способу/методу рассказывания историй. Исходя из основных признаков и характеристик, мы отнесли сторителлинг к третьей категории и сформировали собственный термин. С нашей точки зрения, это скорее способ подачи информации через призму личной истории рассказчика, представленной в разных жанрах журналистики и форматах. Стоит отметить, сторителлинг недостаточно изучен, на данный момент нет официальных источников, раскрывающих историю его возникновения и дальнейшего развития. Исходя из этого, мы приняли решение рассмотреть самые популярные и показательные мультимедийные проекты отечественных и зарубежных изданий. На основании полученной информации, удалось определить, что сторителлинг в

сфере журналистики начинает развиваться на западе, а затем приходит в Россию. На данный момент в интернет-СМИ возвращаются масштабные авторские публикации, а аналитические жанры журналистики востребованы в мультимедийных форматах. Редакции различных изданий видят потенциал в мультимедийном сторителлинге. Они стараются расширять границы потребления такого контента, соответственно делают возможным просмотр мультимедийных проектов с различных устройств.

Так как задача выпускной квалификационной работы заключается в изучении сторителлинга именно в медиасреде, мы рассмотрели мультимедийный сторителлинг отдельно от устного и письменного. На основании чего выделили основные характеристики мультимедийного (цифрового) сторителлинга: всегда хорошо структурирован, обязательно содержит эмоционально вовлекающую историю, в которой гармонично сочетаются все мультимедиа составляющие, а сюжет может развиваться трансмедийно и нацелен побуждать к действию.

Помимо основных характеристик мультимедийного сторителлинга, также были рассмотрены основные форматы. Исходя из этого, было установлено, что самым востребованным, популярным и распространенным форматом сторителлинга в интернете, является мультимедийный лонгрид. Его уже давно используют знаменитые интернет-издания, как в России, так и за рубежом. Стоит отметить, что данный формат теперь доступен даже для пользователей социальных сетей, а значит активно применяется не только журналистами, но и обычными людьми. Поэтому для нашего дальнейшего исследования, мы выбрали формат мультимедийного лонгрида.

2 МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ЛОНГРИД КАК ОСОБЫЙ ФОРМАТ СТОРИТЕЛЛИНГА

2.1 Общая характеристика мультимедийного лонгрида

Ранее мы говорили о том, что самым востребованным и доступным форматом сторителлинга является мультимедийный лонгрид. Стоит также упомянуть о том, что медиаисследователи расходятся во мнениях не только по поводу определения сторителлинга – аналогичная ситуация произошла и с термином «лонгрид». Лонгрид в дословном переводе означает «длинное чтение» и является объемным журналистским материалом, который предполагает глубокое, вдумчивое чтение¹. Данный термин появился в западной и отечественной журналистике благодаря тому самому мультимедийному проекту «New York Times» – «Snowfall», а с 2013-го года лонгридами стали называть проекты подобного рода. Тем не менее, научное общество на сегодняшний день не может определить лонгрид к конкретной журналистской категории – жанру или формату.

К группе исследователей, принадлежит кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета А.В. Колесниченко. В своей статье «Длинные тексты в современной российской прессе» он утверждает, что лонгрид правильнее относить к жанрам журналистских произведений. К такому выводу автор приходит благодаря анализу лонгридов российских СМИ и выявлению в них характерных жанрообразующих признаков. Жанровыми характеристиками лонгрида А.В. Колесниченко считает:

– глубокое погружение журналистом в тему, высокое качество собранной информации, множество источников для создания качественного материала (жанрообразующий признак – метод исследования материала);

¹Бирюков В.А. Мультимедийный лонгрид как новый формат представления контента СМИ. / В.А. Бирюков // URL:<http://izron.ru/articles/ekonomika-i-menedzhment-ot-teorii-k-praktike-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodnoy-nauch/> (дата обращения 02. 03. 2018)

- лонгрид обладает четкой темой отображения (тренд, событие в обществе, детальное расследование явления в какой-то сфере);
- большой объем текста в сочетании с высокой информативностью и смысловой насыщенностью.

Также, исследователь пишет, что: «Лонгрид останется лонгридом, даже если материал будет представлять собой только текст без иллюстраций». Он подтверждает свою позицию тем, что наполнить визуально можно текст в любом жанре и это не приведет к облегчению восприятия информации. Напротив, если материал содержательно скудный, вам не удастся привлечь аудиторию к длительному чтению, скорее всего пользователи перейдут в режим длинного просмотра, и текст отойдет на второй план¹. Именно поэтому А.В. Колесниченко не относит ко всем характеристикам лонгрида иллюстративность и мультимедийность. С нашей точки зрения, такое решение является не совсем правильным. В лонгридах элементы мультимедиа выступают не просто в качестве дополнения текста. Дело в том, что в мультимедийном лонгриде все составляющие являются неотъемлемой частью повествования. Если убрать какие-либо элементы из такого рода проекта, он может потерять существенную часть информативной нагрузки, так как зачастую, видео, аудио, фото и инфографика может заменить огромную часть текста или содержательного блока. Подобный мультимедийный лонгрид не сможет завоевать внимание и погрузить читателя в историю. Скорее всего, аудитории будет скучно и сложно освоить огромный объем информации без ее визуализации. Соответственно, информативная ценность лонгрида существенно пострадает.

Стоит четко понимать то, о чем мы говорили ранее: жанр представляет собой органичное единство содержания и формы, но приоритет отдается содержанию, а формат характеризует, прежде всего, структурные особенности медиапродукта².

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что лонгрид относится скорее к формату, чем к жанру. В нашей выпускной квалификационной работе мы будем

¹Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе / А.В. Колесниченко // Медиа-скоп. // URL: <http://www.mediascope.ru/1691> – 2015. – №1.

²Универсальная журналистика: учебник для вузов / под ред. Л. П. Шестеркиной. – М.: Издательство Аспект Пресс, 2016. – С. 140.

придерживаться мнения второй половины исследователей, которые характеризуют лонгриды, как формат.

Большая часть медиаисследователей придерживается позиции, что лонгрид – это новый журналистский формат в онлайн-среде. Так в учебнике «Универсальная журналистика», под редакцией декана факультета журналистики Южно-Уральского государственного университета Л.П. Шестеркиной, логично объясняется, почему лонгрид является именно форматом. Поскольку различные журналистские жанры самостоятельно или в соединении (мультижанровость) уже составляют текстовую основу лонгрида, в совокупности с мультимедийными платформами они формируются в определенную структуру, в знаковых системах интернета приобретают новые формы. Именно они дают возможность характеризовать лонгрид как формат универсальной журналистики¹.

Для дальнейшего исследования, нам необходимо понять какими характеристиками и особенностями обладает лонгрид, поэтому рассмотрим научные труды медиаисследователей, которые относят лонгрид к категории нового формата журналистики.

Преподаватель Южно-Уральского государственного университета М.Н. Булаева характеризует лонгрид как мультимедийный проект, посвященный конкретному событию или проблеме, актуальной дате. Ключевой характеристикой такого формата является объем и продолжительность материала, а основой – журналистский текст. Лонгриды обычно создаются на отдельной странице и имеют особую верстку: мультимедийные элементы и основной фон движутся с разной скоростью, создавая эффект параллакса. Также в своей статье М.Н. Булаева отмечает, что в качестве текстовой основы лонгрида могут выступать такие жанры как: очерк, репортаж, журналистское расследование, статья, обозрение и их элементы². Для лонгрида характерен особый способ построения материала, который называют мультимедийным нарративным изложением. Нарративное изложение – это явление, сочетающее в себе свойства журналистики и художественной литературы:

¹Шестеркина, Л.П. Указ. соч., с. 141.

²Булаева М.Н. Указ. соч., с. 122.

с одной стороны, оно затрагивает социально значимые темы, отличается фактографической точностью излагаемой информации; с другой стороны, представляет увлекательные истории, написанные живым языком, с драматическим сюжетом, в которых явно звучит голос автора¹. Мультимедийное нарративное изложение обладает интерактивностью и предполагает такое взаимодействие аудитории с материалом, при котором пользователи могут самостоятельно выбирать количество и порядок просмотра всех его составляющих элементов. Ранее мы говорили о том, что нарративное изложение является одной из главных признаков сторителлинга, из чего следует вывод о том, что лонгрид – особый формат сторителлинга.

Международный журналист и редактор специальных проектов ИД «Коммерсантъ» А. Галустян и преподаватель факультета журналистики МГУ Диана Кульчицкая, помимо большого объема и взаимосвязи всех элементов, выделяют еще одну особенность лонгридов – многосложность. Проект такого формата должен состоять из нескольких глав и иметь свою структуру. Лонгриды могут быть представлены линейно – хронологическое повествование, которое предстоит читать и потреблять последовательно, и нелинейно – в этом случае читатель сам выбирает, с какого места он хочет начать чтение. Обычно нелинейная структура подразумевает наличие навигационного бара или меню, это делается для удобства аудитории. В своей работе исследователи масс-медиа отмечают, что весь материал в лонгридах можно поделить на основной и справочный, что может существенно изменить его верстку².

Кандидат филологических наук и преподаватель журналистики МГУ М.М. Лукина отмечает, что совокупность всех элементов лонгрида должна быть логична, то есть все аудиовизуальные и текстовые элементы взаимосвязаны и не противоречат друг другу, развивая сюжет³.

¹Бозрикова, С.А. История нарративной журналистики в России / С. Бозрикова // URL: <http://www.academia.edu/3684620/> (дата обращения: 5.05.2018).

²Колотилов, В. Интерактивные статьи, которые учат по-новому рассказывать истории / В. Колотилов // URL: <http://mediakritika.by/article/2212/> (дата обращения 13. 04. 2018).

³Лукина, М.М. Указ. соч., с. 269.

Отдельного внимания заслуживает заголовок и главная страница лонгрида. Заголовки всегда должны быть необычными, привлекающими внимание аудитории. Это нужно для того, чтобы пользователь втянулся с первой строки в историю и захотел прочесть материал до конца. Главная страница так же должна с первой секунды заинтересовать читателя, это делается с помощью мультимедийных элементов (видео, фото, анимация)¹. Важно отметить то, что мультимедийные элементы не должны дублировать информацию, которая содержится в тексте. Каждая составляющая лонгрида должна обладать отдельной смысловой нагрузкой, но работать на изложение общей истории.

Как мы уже говорили ранее, сторителлинг по природе своей манипулятивный метод. Его создали для достижения успешного управления персоналом. Так как лонгрид является форматом сторителлинга, соответственно, история, рассказанная благодаря совокупности текста и мультимедийных элементов должна обладать целевой установкой. Она обязана пробудить в человеке какие-либо чувства, полностью погрузить его в сюжет и натолкнуть на определенные мысли. Таким образом, можно сделать вывод о том, что используемые в лонгридах жанры и мультимедийные средства выполняют определенные функции и направлены на достижение общей цели.

В результате изучения различных источников, мы можем сделать определенные выводы. Лонгрид – это новый формат журналистики, характеризующийся взаимосвязью большого объема текста и мультимедийных элементов, в основе которого лежит нарративное изложение. В качестве текстовой основы лонгрида могут выступать такие жанры как: очерк, репортаж, журналистское расследование, статья, обзор и их элементы.

Проект такого формата должен обладать броским заголовком, состоять из нескольких глав и иметь особую верстку. Лонгриды могут быть представлены ли-

¹Лычавко, А. Что такое лонгрид?/ А. Лычавко// URL: <http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-47-20/276452-chto-takoe-longrid.html> (дата обращения 14.03. 2018)

нейно и нелинейно, а все аудиовизуальные и текстовые элементы должны быть взаимосвязаны и не противоречить друг другу, развивая сюжет.

Поскольку мультимедийные лонгриды могут существовать лишь на интернет-платформе, они являются частью контента интернета и интернет-СМИ, главными признаками которых считаются: мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность. История, рассказанная благодаря совокупности текста и мультимедийных элементов должна обладать целевой установкой.

Выявление специфических особенностей сторителлинга в проектах, представленных в формате лонгрида, является тем основанием, на котором будет строиться практический анализ выпускной квалификационной работы.

2.2 Выявление признаков сторителлинга в лонгридах ведущих российских и зарубежных интернет-изданий.

В качестве практической составляющей выпускной квалификационной работы необходимо рассмотреть лонгрид как особый формат мультимедийного сторителлинга. Для решения этой задачи, по нашему мнению, целесообразно провести детальный анализ лонгридов, и на конкретных примерах проследить соблюдение и функционирование признаков мультимедийного сторителлинга, которые мы выделили в теоретической части нашей работы.

Так как текст является стержневым элементом лонгрида, его мы рассмотрим в первую очередь, а структуру проанализируем позже. Ранее мы выделили основные характеристики сторителлинга и лонгрида, опираясь на данные трудов известных медиаисследователей. Используя эти данные, мы можем составить план для анализа материалов эмпирической базы.

План анализа содержания мультимедийных лонгридов:

- 1) краткая информация о лонгриде и издании (наличие интригующей истории);
- 2) объем лонгрида;

- 3) тематика, драматургия и предмет отображения действительности;
- 4) выразительные и стилистические особенности текста;
- 5) жанровое наполнение;
- 6) лицо повествования;
- 7) целевая установка (манипулятивная составляющая).

План анализа структуры мультимедийных лонгридов:

- 1) структура лонгрида (линейная или нелинейная);
- 2) мультимедийные элементы;
- 3) публикация;
- 4) соответствие мультимедийных элементов содержанию;
- 5) источники;
- 6) возможности пользователя.

Таким образом, у нас получилось 14 взаимосвязанных пункта, с помощью которых будет произведен анализ мультимедийных лонгридов, с целью выявления признаков сторителлинга.

Обоснование выбранных нами аспектов для анализа содержания:

– объем. Ранее мы говорили о том, что лонгрид характеризуется большим объемом текста – свыше 1500 слов. Для подтверждения данной характеристики лонгрида, как формата, мы считаем рациональным введение такого пункта в план анализа выпускной квалификационной работы;

– тематика, драматургия и предмет отображения действительности. Благодаря этим аспектам, мы сможем понять, какие темы для лонгридов выбирают отечественные и зарубежные СМИ для своих материалов и вокруг чего выстраивается повествование: события, проблемы или героя. Также, нам важно проследить драматургию истории, так как это один из основных законов сторителлинга. Драматургия должна быть выстроена при помощи проблемы или конфликта – это то, что движет историей;

– выразительные и стилистические особенности текста. Если мы выделим в тексте художественные приемы, используемые автором, нам будет легче опреде-

лить его жанровое наполнение и доказать наличие нарративного изложения (явление, сочетающее в себе свойства журналистики и художественной литературы);

– жанровая принадлежность текста. Ранее мы делали акцент на том, что жанровые границы с приходом интернета стерлись, за счет гибридизации разных жанров сложно выделить один жанр в текстах лонгридов. Так А. Галустян, редактор специальных проектов «Коммерсантъ», отмечает, что в новом формате текст основан на смешении жанров и отличается рядом особенностей от произведения, написанного для прессы, намекая на мультижанровость. Для реализации пункта плана, мы решили взять за основу данное утверждение и выводы научной работы М.Н. Булаевой, которая выделила в качестве текстовой основы лонгридов такие жанры как: очерк, репортаж, журналистское расследование, статья, обозрение и их элементы.

– лицо повествования. Для сторителлинга необходим не просто персонаж, а герой, через которого читатели будут погружаться в историю;

Обоснование выбранных нами аспектов для анализа структуры:

– структура лонгрида. Определяет последовательность потребления информации;

– количество источников по данной теме. Количество использованных документов и опрошенных людей покажет глубину и полноту раскрытия темы;

– мультимедийные элементы. За основу мы решили взять классификацию, представленную М.М. Лукиной и Н.Г. Лосевой (см. приложение А).

– публикация. Для лонгридов характерна публикация на отдельной веб-странице.

– соответствие мультимедийных элементов содержанию. Реализация данного аспекта позволит определить функции мультимедийных элементов.

– возможности пользователя. По этому пункту можно выявить уровень интерактивности.

– целевая установка. Все вышеперечисленные пункты помогут нам правильно определить целевую установку, и понять какого эффекта хотели добиться создатели данного лонгрида.

В качестве эмпирической базы для практической части нашего исследования, мы отобрали три отечественных и три зарубежных лонгрида, опубликованных в период с 2013-го по 2017-ый год, таких известных изданий как: «The New York Times» «Complex», «Guardian», «Новая газета», «Коммерсантъ», «Газета.ру». Стоит отметить, что данные мультимедийные проекты входят в топ лонгридов с отличным дизайном по версии команды «Tilda Publishing» и сайта «The Ball».

«Invisible Child» («Невидимый ребенок»)¹

Анализ содержания мультимедийного лонгрида.

1) История о бездомной девочке из Нью-Йорка, опубликованная 9-го декабря 2013-го года на сайте газеты «New York Times». Автор: Andrea Elliot

2) Объем: 29040 слов

3) Тематика, драматургия, предмет отображения действительности. Тематика: история повествует о приюте для бездомных, где живет девочка Дасани со своей семьей. Этот лонгрид затрагивает остросоциальную тему бедности. Дасани находится среди 280-ти детей в приюте (в том числе семь ее братьев и сестер). За его стенами она принадлежит к «огромному и невидимому племени», более 22 000 бездомных детей в Нью-Йорке. Однако в лонгриде затрагиваются вспомогательные темы: экономика, политика, культура. Предмет отображения действительности: тема полностью раскрывается через судьбу одного человека, маленькой одиннадцатилетней девочки. Ее жизненная история повествует о безразличии властей к бедным семьям, которые живут за чертой бедности. Драматургия: существует проблема бедности из-за смены городских властей, отчего подчеркивается разделение на богатых и бедных. Сюжет описывает внешние конфликты: девочку обижают в школе и на улице. Внешние конфликты порождают внутренний конфликт главной героини – ее мечты не совпадают с реальностью. Дасани не хочет

¹The New York Times / Invisible Child // URL: <http://www.nytimes.com/projects/2013/invisible-child/index.html#/?chapt=1> (дата обращения 26.05. 2018).

опуститься на самое дно, как ее родители. Внутренний конфликт побуждает к действиям, героиня решает хорошо учиться, заниматься танцами, бегом и наращивать мышечную массу. Она находит решение своей проблемы в собственной защите и саморазвитии. Дасани становится спортсменкой и находит выход из сложной жизненной ситуации.

4) Выразительные и стилистические особенности текста. В тексте присутствуют четкие описания жилищных условий, внешности людей и одежды. Повествование идет в настоящем времени, создается полное ощущение присутствия в том бараке для бездомных: «Она просыпается от звуков дыхания. Маленькие дети лежат рядом с ней, их тела поднимаются и опускаются под зимними пальто и шерстяными одеялами. В нескольких шагах от них, мать и отец спят возле ведра, которое они используют в качестве туалета. Двое других детей делят матрац у гниющей стены, где живут мыши, а напротив спит ребенок, чья кроватка прогревается феном». Прямая речь: «У меня много всего в тарелке» – говорит она и отдает часть своим родителям и братьям с сестрами». «”Черный красив, черный – это я”, – поет она себе под нос, когда ее мать отстаёт». Также, в тексте представлены диалоги. Высокий уровень фактологичности: цифры, отчеты из учреждений, подтверждающие документы, исторические справки. Автор использует изобразительно-выразительные средства, которые применяются в художественных литературных текстах: причастные и деепричастные обороты, эмоционально-окрашенные синонимы (скрипучий, гниющий и т. д.), метафоры: «бедный ребёнок – невидимый»; «безмолвная улица»; «золотые руки», сравнения: «нищета, как тюрьма», «танцует, словно бабочка». Лонгрид обладает логичной структурой и четкими причинно-следственными связями. Текст сопровождается ремарками, параллельно с повествованием читатель должен сделать определенные действия. Например: (Пауза, подождите, пока мисс Холмс задаст тот же вопрос); (Подождите, пока мисс Холмс посмеется, а затем направится к двери, показывая новую решимость); (Вдохните через 10 секунд) и т. д. Они усиливают эффект присутствия и создают интерактивность, вовлекают читателя.

5) Жанровое наполнение. Исходя из всех особенностей, мы отнесли текст лонгрида к жанру репортажа. Для него характерно активное использование средств и приемов образного отображения действительности – ярких эпитетов, сравнений, метафор. Сюжет развивается довольно динамично, раскрывает общественно-значимую и актуальную тему, а детали и подробности позволяют добиться эффекта присутствия на месте событий. При чтении данного лонгрида создается ощущение полного погружения в историю, читатель сопереживает герою.

6) Лицо повествования. Повествование идет от автора в третьем лице, в настоящем времени, однако это не мешает созданию эффекта присутствия, напротив, у читателя создается впечатление «наблюдения» за главным героем. «Авторское Я» завуалировано и присутствует косвенно.

7) Целевая установка. Автор хочет показать, как страдают дети из-за поступков взрослых, и в какой нищете живет огромная часть населения США. История явно обладает манипулятивной установкой, она заставляет задуматься о социальных проблемах, но кроме этого, вдохновляет и побуждает читателя стремиться к поставленным целям, как главная героиня, не смотря на внешние факторы. Также обладает сильным эмоциональным воздействием на аудиторию.

Анализ структуры мультимедийного лонгрида.

1) Структура лонгрида линейная, с возможностью нелинейного чтения. Существует «навигационный бар», с помощью которого пользователь может самостоятельно решать с какого места начать чтение. Однако части «навигационного бара» просто пронумерованы, что существенно затрудняет выбор. История делится на 5 информационных блоков. Чтение осуществляется при помощи скроллинга.

2) Источники по данной теме. В лонгриде представлены судебные постановления городских и государственных инспекционных служб, полицейских отчеты, материалы дел и десятки интервью с жильцами приютов. Читатели могут ознакомиться со всеми ссылками и копиями документов. Это повышает уровень доверия к лонгриду и способствует полному раскрытию темы.

3) Мультимедийные элементы: видеосюжет – 10; статичное фото – 76; статичная инфографика – 1; анимированная инфографика – 1.

4) Публикация на отдельной веб-странице.

5) Соответствие мультимедийных элементов содержанию. Видеосюжеты несут дополнительную информативную нагрузку, статичное фото и инфографика визуализируют информацию в тексте. Однако данные элементы не дублируют текст и не мешают восприятию.

6) Возможности пользователя. Читатель может свободно перемещаться по полотну лонгрида и просматривать части в любом порядке за счет «навигационного бара». Элементы не самовоспроизводятся, что дает возможность выбора. В тексте присутствуют ремарки, с их помощью пользователь может выполнять различные действия, читая текст и все глубже погружаться в историю. Также читателю предоставляется право оставить комментарий к проекту или поделиться им в социальных сетях. В текст встроены гиперссылки, кликнув на которые, пользователю открываются подтверждающие документы.

«Danny Brown/Sky high» («Дэнни Браун/Высокие небеса»)¹

Анализ содержания мультимедийного лонгрида.

1) Лонгрид, опубликованный 6-го октября 2013-го года в молодежном американском интернет-издании «Complex». Это история про жизнь американского рэп-исполнителя Дэнни Брауна. Ориентация издания на молодежь делает данную тему лонгрида весьма актуальной. Автор: Мэтью Хэнсон.

2) Объем: 3942 слов

3) Тематика, драматургия и предмет отображения действительности. Тема и проблема выделяются на первой странице лонгрида: «Всем есть, что сказать о Дэнни Брауне. Он наркоман, он сумасшедший, его голос звучит странно, его волосы выглядят забавно. Они не знают настоящего Дэнни Брауна». Автор поставил перед собой задачу раскрыть известную личность. Предмет отображения действительности – человек. Мы видим жизнь музыканта его же глазами. Драматургия:

¹Complex / Danny Brown. Sky High // URL: <https://www.complex.com/music/danny-brown-interview-sky-high-2013-cover-story> (дата обращения 27. 05.2018).

читатель попадает в сон Дэнни Брауна, и вместе с ним летит вниз с небес, пролетая через всю его тяжелую жизнь. Сюжет мультимедийной истории начинается с детства главного героя. Он живет в небогатой семье в одном из самых криминальных районов Америки. Когда умирает отец, Дэнни бросает школу и начинает торговать наркотиками. После того, как герой попадает в тюрьму, он решает поменять свою жизнь в лучшую сторону. После освобождения Дэнни Браун всерьез начинает заниматься музыкой и добивается успеха.

4) Выразительные и стилистические особенности текста. Сюжет построен на предельной откровенности главного героя, что создает эффект погружения в историю. У читателя создается впечатление, будто он вживую слушает рассказ исполнителя. В тексте много фрагментов с оригинальной прямой речью (автор не убирает нецензурную лексику и сленг) и четко передает характер героя, сформировавшийся в силу трудных жизненных ситуаций. Автор детально описывает внешность и жесты Дэнни Брауна. Сюжет придерживается биографической последовательности, что объясняет датированность текста.

5) Жанровая принадлежность. Жанр – портретный очерк с элементами интервью. В центре сюжетного повествования известный рэп-исполнитель, судьба и характер которого раскрывается посредством биографии. Стоит отметить, что автору удается «нарисовать» не только внешний портрет, но и внутренний. Каждый информационный блок содержит принципы главного героя, которые сформировались в определенный момент жизни. Например: «Я буду пятидесятилетним, который будет читать рэп лучше двадцатилетнего», «Я больше никогда не стану принимать наркотики или торговать ими», «Я никогда не буду вытаскивать девушек на сцену, чтобы поглумиться».

6) Лицо повествования. Происходит чередование повествования от первого и третьего лица. Герой ведет рассказ от первого лица, а автор от третьего, также происходит чередование прошедшего и настоящего времени. Таким образом, «авторское Я» в тексте завуалировано.

7) Целевая установка. Ранее мы говорили, что автор ставит перед собой задачу, раскрыть личность Дэнни Брауна. По нашему мнению, лонгрид воздействует на эмоции при помощи «живого повествования», ярких эпитетов, и документальности, благодаря чему располагает к главному герою и заставляет испытывать сочувствие. Таким образом, аудитория полностью погружается в историю и формирует в своем сознании определенный образ. Также, лонгрид обладает манипулятивной установкой, несмотря на все негативные моменты, читателю захочется повторить успех главного героя или хотя бы познакомиться с его творчеством. Стоит отметить, что в конце лонгрида представлены ссылки, с помощью которых можно прослушать треки Дэнни Брауна.

Особенности структуры мультимедийного лонгрида.

1) Структура лонгрида линейная. Чтение осуществляется при помощи скроллинга. Лонгрид содержит 8 информационных блоков. К тому же, на протяжении всего повествования происходит анимированное падение с небес главного героя, такая анимация функционирует при помощи скроллинга страницы. Тем не менее, меню отсутствует.

2) Источники по данной теме. Автор интервьюировал Дэнни Брауна, его семью и музыкального продюсера. За счет нескольких источников тема полностью раскрывается.

3) Мультимедийные элементы: фотографии – 12; динамичная анимация – 1; анимированная инфографика – 1; иллюстрация – 1; анимация – 5. Некий синтез анимации и скроллинга выступает в качестве фона лонгрида и лишь местами «перебивается» статичными фотографиями и масштабными анимациями, перекрывающими весь экран. В качестве завершающей заставки, в лонгриде используется динамичная анимация – цикличное видео без звукового сопровождения.

4) Публикация: на отдельной веб-странице.

5) Соответствие мультимедийных элементов содержанию. Именно оформление играет главную роль при создании эффекта присутствия, читатель словно находится во сне главного героя. Фотографии визуализируют текстовую инфор-

мацию, а анимация и динамичная инфографика создают интерактив и удерживают внимание читателя. Все используемые элементы не дублируют текст, а лишь дополняют его.

б) Возможности пользователя. Пользователь не может «перескочить» на нужный информационный блок, пропустив остальные, однако он может оставить свое мнение по поводу данного проекта в комментариях. Есть одна гиперссылка, с ее помощью пользователь может приобрести новый альбом, о котором говорится в тексте. Также гиперссылки есть в завершении лонгрида, они позволяют ознакомиться с творчеством исполнителя.

«Firestorm» («Огненная буря»)¹

Анализ содержания мультимедийного лонгрида.

1) Лонгрид, опубликованный в 2013-ом году на сайте британской газеты «The Guardian», в мире журналистики это издание характеризуют как качественное и влиятельное. Лонгрид создавался редакцией в течении пяти месяцев и изначально был направлен на привлечение австралийской аудитории к бренду издания. Проект является результатом сотрудничества между писателем Джоном Хэнли и интерактивной командой «The Guardian».

2) Объем: 5742 слова

3) Тематика: эта история посвящена лесным пожарам в Австралии из-за изменения климата. Драматургия и предмет отображения действительности: «Огненная буря» берет драматическую личную историю о семье Холмс во время пожара в качестве повествовательного якоря и воплощает эту человеческую историю в более широком контексте – кустарниковых пожаров в Тасмании и глобальном изменении климата. Лонгрид включает событийный сюжет, проблему, внешний конфликт героев с природными явлениями. Сюжет истории – завязка, кульминация и развязка. История начинается с чистого неба и прекрасной погоды, автор знакомит читателя с главными героями и ничто не предвещает беды. Затем, читатель узнает об острой проблеме Австралии – постоянных пожарах, в связи с

¹The Guardian / Firestorm // URL: <https://www.theguardian.com/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunally-holmes-family> (дата обращения 29. 05. 2018)

резким (катастрофичным) потеплением и причинах. Кульминация заключается в приближении огня к дому героев и в их борьбе со стихией. В заключении описывается жизнь после пожара и методы решения проблем. Событие разворачивается во времени.

4) Выразительные и стилистические особенности текста: Автор использует яркие описания последствий пожара: «Сгоревший дом – ужасное зрелище, среди почерневшей груды кирпичей, расплавленных приборов и скрученного металла, обугленных и непризнанных остатков чьего-то дома, дымоход стоит как надгробие. «Где-то, если присмотреться, будет небольшой сувенир: чайник, гладильная доска, детский трехколесный велосипед». Также, в тексте присутствуют статистические данные: «3-го января пожарная служба отреагировала на 50 очагов пожара вокруг штата. Большинство из них были быстро предупреждены благодаря действиям многих людей: служба – 4800 добровольцев, 300 профессиональных пожарных, 150 сотрудников поддержки», «Тасманийцам не чужда катастрофа 7-го февраля 1967-го года, более 10-ти отдельных пожаров бушевали бесконтрольно по всему югу от острова, убив 62 человека, ранив 900 и оставив около 700 бездомных, в течение всего пяти часов», «По данным Бюро метеорологии, самым жарким месяцем 2012-го года был январь».

В тексте затрагиваются смежные темы экономика, экология, политика и т. д.: «Огонь является частью ландшафта Австралии. Местные деревья и растения эволюционировали и адаптировались к пожару. Таким образом, большинство эвкалиптов развили черты, которые позволяют им выживать и процветать в огне», «Правительство выделило деньги на немедленную помощь в случае стихийных бедствий, жилищные субсидии и очистку. Все, кто пострадал, даже отдыхающие, застрявшие на полуострове, получили чек», «Уильямс считает, что мы должны использовать такие события как возможность, чтобы больше думать о том, как и где живут люди, об образовании, занятости, жизненной безопасности». В тексте указаны четкие причины возгораний, в доказательство приведены комментарии и прогнозы экспертов. Стоит отметить, что на фоне пожаров и глобального измене-

ния климата, автор повествует о семье, которая борется с природной стихией. Эта история погружает в сюжет и создает эффект присутствия, а так же позволяет прочувствовать страх людей при помощи описания действий и ощущений. Пример: «Они с детьми опустились в воду, цепляясь за пристань. Но испытание еще не закончилось: было жарко, почти невыносимо жарко. Пламя отчаянно приближалось. Несколько раз Тиму приходилось брать шляпу из куста и черпать воду на тлеющую пристань, чтобы она не загорелась»; «Их глаза мучительно резало»; «Они слышали сильные взрывы, звуки аварии, громкие щелчки и потрескивание, старого леса, пылающего пламенем».

5) Жанровое наполнение. На наш взгляд текст лонгрида обладает мультижанровостью. По всем признакам это проблемный очерк с элементами репортажа, интервью, комментария и аналитической статьи. Цель проблемного очерка – показать людей в определенных условиях. Актуальная проблема, в таком очерке при помощи эмоционально-образных и выразительно-изобразительных средств создать образ ситуации – но обязательно должен быть герой¹.

В данном тексте применяются яркие эпитеты: «скрученный металл», «испепеляющий жар», «неудержимый огонь», «завораживающая, ужасающая стена пламени»; одушевление: «идет огонь»; сравнение: «огонь – убийца». Применение данных художественных средств позволяет добиться наглядно-образного восприятия и эмоционального вовлечения аудитории в историю. Стоит отметить, что рассказ ведется параллельно: с одной стороны освещаются действия пожарных, с другой – пребывание семьи в эпицентре пожара. Повествование сопровождается комментариями экспертов, историческими справками и статистикой, что предполагает некую аналитику. Также можно легко проследить причинно-следственные связи. Автор объясняет, почему возникла проблема, как общество противостоит ей и навел на возможный вариант решения. К слову, единственный выход представляется в приспособлении общества к природным условиям.

¹Тертычный А.А. Характеристика художественно-публицистических жанров / А.А. Тертычный // URL: <http://evartist.narod.ru/text2/06.htm> (дата обращения 01.06. 2018)

б) Лицо повествования: повествование ведется от третьего лица в настоящем времени, эксперты, пожарные и очевидцы ведут повествование от первого лица в прошедшем и настоящем времени. «Авторское Я» завуалировано и проявляется косвенно.

7) Целевая установка: Осветить проблему климатического сбоя в Австралии в 2013-ом году, проинформировать о пожарах. Привлечь внимание жителей Австралии к данному СМИ, через сопереживание героям истории.

Анализ структуры мультимедийного лонгрида.

1) Структура лонгрида линейная, с возможностью нелинейного просмотра. Чтение осуществляется при помощи скроллинга. Лонгрид делится на 6 глав, озаглавленных, структурированных и представленных в виде «навигационного бара».

2) Источники по данной теме: по нашему мнению, данная тема глубоко раскрыта, благодаря большому количеству источников. Проблема освещается со стороны пострадавшей семьи, пожарных, бюро метеорологии, экспертов и представителей власти

3) Мультимедийные элементы: фотографии – 6; анимированная инфографика – 1; фотолента – 1 из 5 фото, видеоиллюстрация – 23; видеоскомментарии – 8; аудиоиллюстрации – 23. Стоит отметить, что визуальные элементы являются стержнем лонгрида. На протяжении всей истории можно слышать интершум (треск огня, пение птиц, ветер), однако у пользователя есть возможность отключить данный аудиоэлемент. Видеоскомментарии и интершум самовоспроизводятся, но при желании их можно пропустить. Однако видеоиллюстрации пропустить нельзя, так как они являются фоновой основой. По нашему мнению, видеоиллюстрации затрудняют процесс чтения, динамичные элементы мешают концентрировать взгляд на тексте. Проект читается как электронная книга, разделенная на главы и обогащенная встроенными элементами.

4) Публикация: на отдельной веб-странице.

5) Соответствие мультимедийных элементов содержанию. Этот лонгрид соблюдает тонкий баланс между личной и контекстной информацией. Мультимедийные элементы выполняют разные функции: видеокomentarии и анимированная инфографика – информационная; фотографии, фотоленты – визуализируют информацию и воздействуют на эмоции; видеоиллюстрации и аудиоиллюстрации создают особую атмосферу. Стоит отметить, что все мультимедийные элементы не дублируют текст.

б) Возможности пользователя. Пользователи могут оставлять комментарии, нелинейно перемещаться по полотну лонгрида и самостоятельно воспроизводить желаемые мультимедийные элементы. Присутствуют гиперссылки, в «навигационном баре», отмеченные тематическими иконками: карандаш – текст, камера – видео, карточка – фото. Это позволяет просмотреть нужный пользователю элемент.

«Беслан»¹

Анализ содержания мультимедийного лонгрида.

1) Лонгрид был опубликован в 2014-ом году на сайте «Газета.ру» – русское интернет-издание, общественно-политической направленности. Проект был создан в честь памяти погибших в теракте 2004-го года. Авторы: Роман Семенченко, Елизавета Антонова и команда студии «Рамблер».

2) Объем лонгрида: 15547 слов

3) Тематика, драматургия и предмет отображения действительности. В лонгриде раскрывается тема терроризма. Сюжет повествует о событиях, происходящих в бесланской школе 1-го сентября 2004-го года. Драматургия строится на восстановлении хронологии дня, когда произошел теракт и показана: проблема – проявление жестокости одних людей к другим; внешний конфликт – столкновение между разными группами людей, решение проблемы – постараться жить дальше. Все личные истории имеют структуру литературного сюжета (завязка – кульминация – развязка). Предметом отображения действительности в данной ис-

¹Газета.ру: официальный сайт / Беслан // URL: <https://www.gazeta.ru/social/beslan/> (дата обращения: 28.05.2018).

тории выступают хронология теракта и пострадавшие люди. Именно через воспоминания очевидцев и пострадавших раскрывается тема лонгрида. История имеет четкое начало и конец. Авторы помимо основной темы затрагивают смежные: политика, экономика, социальная жизнь.

4) Выразительные и стилистические особенности текста: описан ход теракта, предпринята попытка выявить его предпосылки, рассказано о последствиях. При этом большая часть текста представляет собой интервью с пострадавшими и очевидцами. Можно выделить следующие эмоционально-образные и выразительно-изобразительные средства: сравнения – «Все было в бомбах, они висели на баскетбольных кольцах, как гирлянды», «мы были уже, как мертвые»; яркие эпитеты – «обгоревшие» (люди), «дохлые» (куры), «запекшаяся» (кровь), «разорванные» (тела); гипербола – «бурлили такая злоба, ненависть, жестокость», «усталость у нас просто от безделья, горя, безысходности»; описания и сильные образы – «Я отчетливо увидела школу, крыши нет, стены серые, и на полу что-то валяется», «Кто-то был без ноги, кто-то без руки, где-то было просто тело без ничего», «Все плакали, ужасный был шум в зале, очень жарко», лексические повторы – «еле-еле», «большой-большой» и т. д.

Стоит отметить, что авторы смогли создать эффект живой речи. Также, текст сочетает в себе логико-рациональный и эмоционально-образный способы отражения действительности. Сюжет основан на реальных событиях, автор попытался выявить причины и показать последствия события.

5) Жанровое наполнение. Очерк с элементами интервью, хронологии и выраженной документальностью.

6) Лицо повествования. Автор ведет повествование от третьего лица, очевидцы события ведут рассказ от первого лица (время повествования постоянно меняется). «Авторское Я» завуалировано и выражено косвенно.

7) Целевая установка (манипулятивная составляющая). Лонгрид воздействует на психоэмоциональное состояние читателя. Цель лонгрида рассказать, показать

историю, восстановить хронологию событий и вызвать сочувствие к пострадавшим.

План анализа оформления мультимедийных лонгридов

1) Структура лонгрида (линейная или нелинейная). Лонгрид просматривается линейно при помощи скроллинга. При отсутствии «навигационного бара» пользователь лишается возможности просматривать лонгрид с определенной части. Однако текст интервью представлен только первыми фрагментами, при желании его можно пропустить или прочитать подробнее.

2) Источники по данной теме и глубина раскрытия темы. Тема раскрывается достаточно глубоко. Источники: 7 очевидцев событий, документы и итоги судебного заседания.

3) Мультимедийные элементы: фото – 15; статичная инфографика – 2; фотолента – 1 из 3 фото, иммерсионная графика – 1.

4) Публикация: на отдельной веб-странице.

5) Соответствие оформления содержанию. Оформление полностью соответствует содержанию, однако, на наш взгляд, лонгрид можно было наполнить динамичными элементами (видео, аудио, анимированной инфографикой). Это бы усилило эмоциональное погружение в историю. Создатели проекта сделали упор на текст и драматичную историю, при этом мультимедийные элементы отходят на второй план. Фото, фотоленты и инфографика визуализируют информацию, а иммерсионная графика отвечает за интерактивность.

6) Возможности пользователя. Читатель не может свободно «путешествовать» по лонгриду, за счет отсутствия «навигационного бара» и гиперссылок. Мультимедийный проект просматривается линейно, однако пользователю предоставляется возможность выбора отдельных фото и чтения более подробной информации. Так как данный элемент мультимедиа открывается только при наведении на него курсором мышки (каждое фото подписано). Также, аудитория может побывать на кладбище и посмотреть на огромное количество захоронений, это осуществляется при помощи 360-градусной иммерсионной графики. Большим

минусом является отсутствие обратной связи. Аудитория не может писать комментарии к данному проекту, но может поделиться им с подписчиками в социальных сетях.

«Средиземное горе»¹

Анализ содержания мультимедийного лонгрида.

1) Проект, созданный редакцией «Коммерсантъ» – одной из влиятельных общественно-политических газет России, и опубликованный на сайте издания в 2017-ом году. Авторы: Григорий Туманов, Маргарита Федорова.

2) Объем лонгрида: 6000 слов

3) Тематика, драматургия и предмет отображения действительности. Данный проект освещает тему миграции. Проблема состоит в том, что во время переправы погибает огромное количество людей. Тема раскрывается при помощи людей и происходящих с ними событий. Авторы также затрагивают смежные темы: экономику, политику, социальную тему, чтобы выявить причинно-следственные связи и дать читателю понять, от чего мигрируют люди. Драматургия выстроена при помощи рассказа о «брошенных» государством людях, которые вынуждены существовать в ужасных условиях и искать лучшей судьбы ценою собственных жизней.

4) Выразительные и стилистические особенности текста. Текст написан в настоящем времени, это создает эффект присутствия на корабле с мигрантами. Пример: «В этот раз спасательная операция, в которой участвуют команды «Dignity I» и «Sea-Watch», проходит гладко, без каких-либо неожиданностей и занимает всего около двух часов. Мигранты транспортируются партиями». В тексте присутствуют яркие детали и подробности: «Корабль наполняется резким сладковато-тошнотворным запахом немых тел»; «следы от побоев по всему телу», «у каждого на шее по полотенцу», «на голове у нее красуется ярко-бирюзовый платок». Диалоги с людьми, прямая речь и описания (внешности, действий, обстановки) изобилуют в тексте. Пример: «Шансов на такой лодке добраться до Ита-

¹Коммерсантъ: официальный сайт/ Средиземное горе // URL: <https://www.kommersant.ru/projects/deadlyroute#highlights> (дата обращения: 29.05.2018).

лии нет никаких,» – делится своими наблюдениями Луис Феррес; «Хрупкая, с телосложением подростка, крохотного роста – не выше 160 см. На голове у нее красуется ярко-бирюзовый платок» и т. д. Также, повествование прерывается историческими справками, законодательными статьями и статистикой.

5) Жанровое наполнение. По всем характеристикам, мы можем отнести текст к жанру репортаж. Стоит отметить, что в тексте присутствуют элементы статистики, зарисовки и интервью.

6) Лицо повествования: основное повествование ведется от 1-го лица, множественного числа, в настоящем времени (создается эффект присутствия): «Мы сидим у Николаса и обсуждаем итоги спасательной операции». Рассказы врачей и мигрантов ведутся от 1-го лица в единственном числе.

7) Целевая установка (манипулятивная составляющая). Возможность увидеть событие глазами очевидца (журналиста), создать эффект присутствия, а также вызвать сопереживание читателя к тому, о чем идет речь в тексте.

План анализа оформления мультимедийных лонгридов.

1) Структура лонгрида (линейная или нелинейная). Линейная, с возможностью нелинейного просмотра. Лонгрид состоит из пяти частей, которые озаглавлены и расположены в «навигационном баре». Движение осуществляется при помощи скроллинга.

2) Источники по данной теме: тема глубоко раскрывается за счет нескольких источников повествования (авторы, моряки, мигранты, врачи), также информация подтверждается статистическими данными, законодательными статьями

3) Мультимедийные элементы: фото – 7; фотоленты – 3; статичная иллюстрация – 3; статичная инфографика – 4; слайд-шоу – 1; видеоиллюстрация – 2; видеокomentarии – 7; интерактивная справка – 3.

4) Публикация: на отдельной веб-странице.

5) Соответствие оформления содержанию: оформление упрощает восприятие большого объема текста и визуализирует информацию. Так, например, в одной из фотолент представлена статистика, которая отражает масштабность проблемы, о

которой говорится в тексте. Такую же функцию несут фото, статичная иллюстрация, статичная инфографика. Информационную функцию осуществляют видеокomментарии и интерактивные справки. Видеоиллюстрация создает определенную атмосферу. Слайд-шоу удерживает внимание, так как разбивает большой блок текста.

б) Возможности пользователя. Пользователи могут фрагментарно воспринимать информацию и хаотично передвигаться по онлайн-полотну при помощи «навигационного бара». Видеосюжеты не самовоспроизводятся, что дает пользователю возможность выбора. Также, интерактивные справки открываются при помощи клика, а фотоленты необходимо листать. К проекту отключены комментарии, но есть возможность репоста в социальные сети.

«Принятие»¹

Анализ содержания мультимедийного лонгрида.

1) Мультимедийный проект, опубликованный 27-го декабря 2017-го года на сайте «Новая газета» – российское издание общественно-политической направленности. Этот лонгрид посвящен истории о преследовании чеченскими силовиками людей с нетрадиционной сексуальной ориентацией. Пострадавшие раскрывают страшные подробности пыток и унижения. Авторы: проект создан командой «Новая газета», конкретные авторы не указаны.

2) Объем лонгрида: 11885 слов

3) Тематика, драматургия и предмет отображения действительности. Проект поднимает актуальную в XXI веке тему – толерантность. Сюжет построен на событиях февраля 2017-го года, произошедших в Чеченской республике. Силовики развернули охоту на людей с нетрадиционной сексуальной ориентацией. Они задерживали мужчин по подозрению в гомосексуальности, держали их в секретных местах под стражей, пытали и морили голодом, а также призывали семьи к самосуду. Тема раскрывается через личные истории. Драматургия выстроена при помощи: проблемы – проявление нетерпимости общества к «особенным людям»;

¹Новая газета: официальный сайт / Принятие // URL: <https://chechnyagate.novayagazeta.ru/> (дата обращения: 29.05.2018).

внешнего конфликта – столкновение между разными группами людей; внутреннего конфликта – неприятие традиционной гендерной роли, решение проблемы – бежать из страны. Все личные истории имеют структуру литературного сюжета (завязка – кульминация – развязка). Повествование начинается с исторической справки – краткого объяснения того, с чего началась история. Затем идут 12 отдельных частей – личных историй пострадавших. Стоит отметить, что все эти части соединены одной темой.

4) Выразительные и стилистические особенности текста. Авторам удается передать через живые эмоции, чувства и манеру речи главных героев. В тексте присутствует нецензурная лексика, сленг, короткие и неграмотно построенные предложения. Пример: «Мне нужна помощь психолога. У меня не все хорошо. У моего друга повреждена психика. У моего знакомого вообще отсутствует ум»; «я был у себя в селе дома», «мне было по барабану». Такая манера подачи информации вызывает у читателей доверие к герою, позволяет проникнуться его историей и вызывает сочувствие. В тексте можно выделить следующие художественно-выразительные средства: яркие эпитеты – «избитый», «запуганные (глаза)», «огромный (кулак)», «синющее (лицо)»; сравнения – «как будто тебя в тиски зажали», «застрелим, как собаку», «я, как маленькое животное»; гипербола – «мните, рвите, режьте их!»; лексические повторы – «Беги, беги!», «пишите, пишите». Рассказчики взаимодействуют с читателями при помощи риторических вопросов: «когда я начну свою жизнь?», «представляете?». Эмоционально описывают свое состояние и ощущения: «у меня пот от подмышек был кругами», «я шарахался от всех».

В тексте отражается внутренний конфликт каждого героя: «Я не знаю, кого обвинить, что я такой. Я не знаю, кого ненавидеть за это»; « В моем понятии быть геем – это неправильно». Детально описываются пытки, создавая в голове читателя определенные образы: « Тебя сажают на стул. Руки наручниками завязывают. На пальцы навязывают проволоку. Потом бьют тебя током»; «Есть такие трубы пластмассовые для отопления домов – били этими трубами. Эти места были про-

сто черные». Применяются цитаты и прямая речь: «Кто-то крикнул: “Их надо убивать!”»; «Один брат сказал: “Какой ты бы ни был, ты мой брат, я от тебя не откажусь”».

Все перечисленные особенности указывают на то, что текст нацелен воздействовать на эмоции читателя, погружая его вглубь истории. Воображение рисует страшные, яркие образы, за счет чего создается эффект присутствия. Также, текст обладает высокой фактографичностью, герои называют конкретные имена: Кадыров, Даудов и т. д.

5) Жанровое наполнение. Стоит отметить, что редакция «Новой газеты» позиционирует данный проект как журналистское расследование. Дело в том, что власти отрицали совершение противозаконных действий над людьми с нетрадиционной сексуальной ориентацией. Проект действительно открывает ранее неизвестные подробности, однако мы не будем брать в расчет этот факт, а сосредоточимся лишь на тексте. События развиваются стремительно, в тексте много образно-выразительных средств, повествование идет от первого лица, присутствуют факты. На наш взгляд, текст сочетает в себе признаки репортажа, очерка и интервью.

6) Лицо повествования. Повествование ведется от 1-го лица в настоящем времени, изредка переходя в прошедшее. У читателя создается впечатление личного разговора с героем. «Авторское Я» завуалировано – это создает эффект полного погружения в тему.

7) Целевая установка (манипулятивная составляющая). Воздействие на эмоции читателя, посредством особенностей повествования, раскрыть ранее неизвестные факты. Проект призывает проявлять терпимость по отношению к людям с нетрадиционной сексуальной ориентацией.

План анализа структуры мультимедийного лонгрида

1) Структура лонгрида (линейная или нелинейная). Линейная структура лонгрида, отсутствие навигационного бара.

2) Источники по данной теме и глубина раскрытия темы. Информация была получена от 12 пострадавших.

3) Мультимедийные элементы: фотографии – 12, видеоиллюстрация – 6. Стоит отметить, что данный лонгрид делает упор на текст, эффект погружения создается именно за счет эмоциональной истории и оригинального содержания. Мультимедийные элементы создают некий эффект таинственности. На фотографиях изображены мужчины «без лиц» на темном фоне, а видеоиллюстрации показывают города, в которые эмигрировали главные герои, но надписи отсутствуют. Таким образом, фотографии данного проекта привлекают внимание, а видеоиллюстрации отвечают за интерактивность.

4) Публикация: на отдельной веб-странице.

5) Соответствие оформления содержанию. Оформление соответствует содержанию, однако все мультимедийные элементы не несут прямой информативности, скорее нацелены на создание эффекта таинственности. Такое оформление привлекает интерес пользователей.

6) Возможности пользователя. Пользователь не может свободно перемещаться по лонгриду, так как отсутствует возможность нелинейного просмотра. Однако читателю открыто лишь начало истории каждого героя, при желании можно подробнее ознакомиться с текстом или пропустить. Гиперссылки позволяют просмотреть материалы по данной теме (заявление одного из пострадавших, сообщество ЛГБТ, статья про убийство чести). Также пользователи могут угадывать, при помощи видеоиллюстраций, страны и города, в которые переехали герои истории.

В данном параграфе исследовательской работы было проанализировано 6 мультимедийных лонгридов, популярных отечественных и зарубежных изданий, с целью выявления в них признаков сторителлинга. Результаты анализа содержания и оформления структурированы и представлены в таблицах (см. таблицы 1, 2).

Таблица 1 – Признаки сторителлинга в мультимедийных лонгридах зарубежных изданий.

Признак	Название лонгрида
---------	-------------------

	«Invisible Child»	«Danny Brown/ Sky high»	«Firestorm»
Объем	29.040 слов	3.942 слова	5.742 слова
Тема	Тема бедности	Раскрытие знаменитой личности	Изменение климата в Австралии
Наличие интригующей истории	История про выживание детей в ужасных условиях	Невероятная история успеха	История спасения семьи во время пожара в Тасмании
Герой	Маленькая девочка Дасани	Знаменитый рэп-исполнитель Дэнни Браун	Семья Холмс
Повествование	Автор: в 3-ем лице, наст. вр.	Автор: от 3-го лица, в наст. вр.; Герой: от 1-го лица в наст. вр.	Автор: от 3-го лица, в прош. вр.; Герои: от 1-го лица в наст. вр. и прош. вр.
Выразительные и стилистические особенности текста	Описания, прямая речь, диалоги, риторические вопросы, метафоры, датированность, фактографичность, выявление причинно-следственных связей	Оригинальная прямая речь, яркие эпитеты, цензурная лексика, сленговые выражения, сравнения описания, датированность, выявление причинно-следственных связей	Описания, сравнения, яркие эпитеты, одушевления, фактографичность, датированность, статистика, аналитика, прямая речь, выявление причинно-следственных связей

Продолжение таблицы 1

Признак	Название лонгрида		
	«Invisible Child»	«Danny Brown/ Sky high»	«Firestorm»
Жанровое наполнение	Репортаж	Портретный очерк с элементами интервью.	Очерк с элементами репортажа, интервью, комментария и аналитической статьи.
Драматургия	Проблема – бедность; внешний конфликт – бедные дети против богатых; внутренний конфликт – несоответствие желаний и действительности; разрешение проблемы – достижение успеха	Проблема – бедность и наркотики; внешний конфликт – Дэнни против закона; внутренний конфликт – несоответствие желаний и действительности; разрешение проблемы – достижение успеха	Проблема – кустарниковые пожары в Тасмании; внешний конфликт – борьба с природными условиями; внутренний конфликт – страх перед стихией и нежелание начинать все с нуля; разрешение проблемы – приспособиться к природным условиям и жить дальше
Источники информации	Судебные постановления городских и государственных	Дэнни Браун, его семья и музыкальный продю-	Пострадавшая семья Холмс, пожарные, бюро

Продолжение таблицы 1

Признак	Название лонгрида		
	«Invisible Child»	«Danny Brown/ Sky high»	«Firestorm»
	инспекционных служб, полицейских отчеты, материалы дел и десятки интервью с жильцами приютов, Дасани и ее родные.	сер.	метеорологии, эксперты и представители власти, статистические данные.
Мультимедийные элементы	88 элементов Предназначение: видеосюжеты несут дополнительную информативную нагрузку, статичное фото и инфографика визуализируют информацию в тексте. Данные элементы не дублируют текст и не мешают восприятию. Есть не очень удобное меню.	20 элементов Предназначение: синтез анимации и скроллинга выступает фоном лонгрида (визуализирует). Фотографии визуализируют текстовую информацию, а динамичная инфографика, анимация и динамичная инфографика создают интерактив и удерживают внимание читателя. Все используемые элементы не	45 элементов Предназначение: видеокomentarии и анимированная инфографика – информационная; фотографии, фотоленгты – визуализируют информацию и воздействуют на эмоции; видеоиллюстрации и аудиоиллюстрации создают особую атмосферу. Стоит отметить, что все мультимедийные

Продолжение таблицы 1

Признак	Название лонгрида		
	«Invisible Child»	«Danny Brown/ Sky high»	«Firestorm»
		дублируют текст, а лишь дополняют его.	элементы не дублируют текст.
Возможности пользователя	<p>Читатель может свободно перемещаться по полотну лонгрида и просматривать части в любом порядке за счет «навигационного бара». Элементы не самовоспроизводятся, что дает возможность выбора.</p> <p>В тексте присутствуют ремарки, с их помощью пользователь может выполнять различные действия, читая текст и все глубже погружаться в историю. Также читателю предоставляется право оставить комментарий к проекту или поделиться</p>	<p>Пользователь не может «перескочить» на нужный информационный блок, пропустив остальные, однако он может оставить свое мнение по поводу данного проекта в комментариях и сделать репост. Есть одна гиперссылка в тексте, с ее помощью пользователь может приобрести новый альбом. Также гиперссылки есть в завершении лонгрида, они позволяют озна-</p>	<p>Пользователи могут оставлять комментарии, поделиться проектом в соц. сетях, нелинейно перемещаться по полотну лонгрида и самостоятельно воспроизводить желаемые мультимедийные элементы. Присутствуют гиперссылки в «навигационном баре» отмеченные тематическими иконками: карандаш – текст, камера – видео, карточка – фото. Это позво-</p>

Продолжение таблицы 1

Признак	Название лонгрида		
	«Invisible Child»	«Danny Brown/ Sky high»	«Firestorm»
	им в социальных сетях. В текст встроены гиперссылки, которые открывают подтверждающие документы.	комиться с творчеством исполнителя.	ляет просмотреть нужный пользователю элемент.
Целевая установка	Привлечь внимание к проблеме бедности в США, побудить читателя к достижению поставленных целей	Побудить читателя к ознакомлению с творчеством музыканта и поменять представление о нем	Привлечь внимание жителей Австралии к данному СМИ через сопереживание героям и актуальную историю

Таблица 2 – Признаки сторителлинга в мультимедийных лонгридах российских изданий.

Признак	Название лонгрида		
	«Беслан»	«Средиземное горе»	«Принятие»
Объем	15547 слов	6000 слов	11885 слов
Тема	Терроризм	Миграция	Толерантность
Наличие интригующей истории	История про теракт в бесланской школе в 2004 году	История об ужасных условиях переправы, в которых погибают	История о преследовании людей с нетрадиционной

Продолжение таблицы 2

Признак	Название лонгрида		
	«Беслан»	«Средиземное горе»	«Принятие»
		эмигранты	сексуальной ориентацией чеченскими силовиками
Герой	Заложники	Журналисты	Пострадавшие
Повествование	Автор: в 3-ем лице, наст. вр.; Заложники: от 1-го лица, в наст. вр. и прош. вр.	Автор: от 1-го лица, в наст. вр. во мн. числе; Люди: от 1-го лица в наст. вр.	Автор: от 3-го лица, в прош. вр.; Герои: от 1-го лица в наст. вр. и прош. вр.
Выразительные и стилистические особенности текста	Сравнения, прямая речь, яркие эпитеты, гиперболы, сравнения, лексические повторы, сленг, хронология, фактографичность, выявление причинно-следственных связей	Диалоги, прямая речь, описания, яркие эпитеты, статистика, исторические справки, цитаты, детальность, выявление причинно-следственных связей	Нецензурная лексика, сленг, короткие предложения, неграмотно построенные предложения, описания, цитаты, сравнения, яркие эпитеты, гиперболы, детальность, фактографичность, историческая справка
Жанровое наполнение	Очерк с элементами интервью и	Репортаж с элементами статистики, за-	Текст сочетает в себе признаки ре-

Продолжение таблицы 2

Признак	Название лонгрида		
	«Беслан»	«Средиземное горе»	«Принятие»
	хроники.	рисовки и интервью	портажа, очерка и интервью.
Драматургия	Проблема – проявление жестокости одних людей к другим; внешний конфликт – столкновение между разными группами людей, решение проблемы – постараться забыть и жить дальше.	Проблема – высокая степень мигрантов; внешний конфликт – борьба человека с ужасными условиями; внутренний конфликт – несоответствие желаний и действительности; решение проблемы – миграция из страны	Проблема – проявление нетерпимости общества к «особенным людям»; внешний конфликт – столкновение между разными группами людей; внутренний конфликт – неприятие традиционной гендерной роли; разрешение проблемы – миграция из страны
Источники информации	7 очевидцев событий, документы и итоги судебного заседания	Журналисты, моряки, мигранты, врачи, статистические данные, законодательные статьи и речи политиков	12 пострадавших
Муль-	19 элементов	30 элементов	18 элементов

Продолжение таблицы 2

Признак	Название лонгрида		
	«Беслан»	«Средиземное горе»	«Принятие»
тимедийные элементы	<p>Предназначение: Фото, фотоленты и инфографика визуализируют информацию, а иммерсионная графика отвечает за интерактивность.</p>	<p>Предназначение: фото, статичная иллюстрация, статичная инфографика и фотолента визуализируют информацию, информационную функцию осуществляют видеоконтентарии и интерактивные справки, видеоиллюстрация создает определенную атмосферу, а слайд-шоу удерживает внимание, так как разбивает большой блок текста.</p>	<p>Предназначение: статичные фото и видеоиллюстрация визуализируют образ, представляют интерактивность и создают «эффект таинственности». Элементы не дублируют текст.</p>
Возможности пользователя	<p>Мультимедийный проект просматривается линейно, однако пользователю предоставляется возможность выбора от-</p>	<p>Пользователи могут фрагментарно воспринимать информацию и хаотично передвигаться по онлайн-полотну при помощи «навигаци-</p>	<p>Пользователю открыто лишь начало истории каждого героя, при желании можно подробнее ознакомиться с тек-</p>

Продолжение таблицы 2

Признак	Название лонгрида		
	«Беслан»	«Средиземное горе»	«Принятие»
	<p>дельных фото и чтения более подробной информации. Также, аудитория может побывать на кладбище и посмотреть на огромное количество захоронений, это осуществляется при помощи 360-градусной иммерсионной графики. Аудитория не может писать комментарии к данному проекту, но может поделиться им с подписчиками в социальных сетях.</p>	<p>онного бара». Видео-сюжеты не самовоспроизводятся, что дает пользователю возможность выбора. Также, интерактивные справки открываются при помощи клика, а фотоленты необходимо листать. К проекту отключены комментарии, но есть возможность репоста в социальные сети.</p>	<p>стом или пропустить. Гиперссылки позволяют просмотреть материалы по данной теме (заявление одного из пострадавших, сообщество ЛГБТ, статья про убийство чести). Также, пользователи могут угадывать, при помощи видеоиллюстраций, страны и города, в которые переехали герои истории. Также он может поделиться проектом в соц. сетях и оставить комментарий.</p>
Целевая установка	Рассказать, восстановить хроно-	Привлечь внимание к проблеме, вызвать	Проект призывает проявлять терпи-

Продолжение таблицы 2

Признак	Название лонгрида		
	«Беслан»	«Средиземное горе»	«Принятие»
	логию событий и вызвать сочувствие к пострадавшим и сохранить память о погибших.	сопереживание читателя к тому, о чем идет речь в тексте	мость по отношению к людям с нетрадиционной сексуальной ориентацией.

Результаты анализа позволяют прийти к следующим выводам: все представленные лонгриды затрагивают важные, актуальные темы, а также основаны на реальных событиях. Стоит отметить, что данные мультимедийные проекты имеют объем свыше 1500 слов, а авторы используют более 10-ти источников информации. Эти признаки указывают на полноту раскрытия темы.

Анализ содержания мультимедийных лонгридов показал, что повествование содержит в себе свойства журналистики и художественной литературы. С одной стороны оно затрагивает социально-значимые темы, отличается фактологической точностью излагаемой информации, но, в тоже время, представляет истории, написанные живым языком, с драматичным сюжетом. Драматургия рассказа строится за счет традиционных элементов: завязка, кульминация, развязка (также присутствуют проблема, внешний конфликт, внутренний конфликт и выход из ситуации). Отдельно выделим наличие интригующей истории героя и ориентация на литературную структуру рассказа.

Результаты анализа показали, что повествование в основном идет от 1-го или 3-го лица в настоящем времени. Кроме того, все истории представлены через личное восприятие очевидцев (рассказчиков), зачастую автор не раскрывает своей личности, исключением является лонгрид «Средиземное горе», где журналисты

сами являются участниками событий и ведут повествование от 1-го лица в настоящем времени. Такое повествование погружает читателя в ход событий.

Стоит отметить, что содержательную часть мультимедийных лонгридов очень сложно отнести к какому-то определенному журналистскому жанру. Дело в том, что в тексте встречаются признаки очерка, репортажа, интервью, аналитической статьи, комментария и т. д. Этот факт дает основание для того, чтобы назвать тексты лонгридов мультижанровыми.

Можно выделить высокое эмоциональное вовлечение читателя в каждую историю. С нашей точки зрения, на это влияет образность повествования, создаваемая при помощи художественных средств. В каждом тексте были выявлены: описания, яркие эпитеты, прямая речь, гипербола, сравнения, ремарки и т. д. При помощи таких изобразительно-выразительных средств воображение читателя создает определенные картины, визуализируя информацию и погружая его в определенное эмоциональное состояние (сопереживание герою). Также, можно утверждать, что мультимедийные элементы выполняют определенные роли в проектах и усиливают психоэмоциональное вовлечение аудитории. Таким образом, фотоленты, фото, видеоиллюстрации и статичная инфографика визуализируют информацию, большой информационной нагрузкой обладают видеосюжеты, динамичная инфографика, видеокомментарии. Различные слайд-шоу, видеоиллюстрации и аудиоиллюстрации, позволяют создать атмосферу истории и удержать внимание читателя. Следовательно, содержание и оформление лонгрида взаимосвязаны и обладают яркими признаками мультимедийного сторителлинга, а именно:

- 1) эмоциональное и психологическое вовлечение аудитории в сюжетное повествование;
- 2) сочетание журналистики и художественной литературы (нарративное изложение);
- 3) наличие интригующей истории;
- 4) гармоничный набор мультимедийных элементов, направленный на эмоциональную реакцию аудитории;

5) наличие не просто персонажа, а героя, через которого читатели будут погружаться в историю;

6) драматургия рассказа, которой в итоге подчинен текст и мультимедийная составляющая проекта. Драматургия выстроена при помощи: проблемы – это то, что движет драмой, внешним конфликтом – столкновение между разными группами людей или борьба с природными условиями, внутренним конфликтом – борьба внутри человека;

7) логичная структура;

8) наличие манипулятивной составляющей и погружения в историю;

9) сопереживание – создается при помощи образности текста, живого повествования и визуальных мультимедийных элементов¹.

2.3 Современное функционирование лонгридов

Ранее мы говорили о том, что формат лонгрида успешно применяется в СМИ еще с 2012-го года. На сегодняшний день каждое издание, которое предоставляет контент в формате лонгрида, способно проследить популярность и интерес пользователей к данному подходу подачи информации. Для этого, в углу веб-страницы, на которой публикуется мультимедийный лонгрид, располагаются иконки социальных сетей (для репоста), окно комментария и счетчик просмотров. По всем этим данным редакции СМИ составляют прогнозы, отражающие популярность мультимедийного проекта. Стоит отметить, что во всех ранее исследуемых лонгридах присутствовали ссылки (иконки) для того, чтобы поделиться данным проектом в социальных сетях.

Дело в том, что лонгрид стал настолько популярен среди аудитории, что «перекочевал» в социальные сети. Теперь данный формат доступен не только качественным интернет-изданиям, но и простому пользователю социальных сетей.

¹ Качкаева А.Г., Шомова С.А. Указ. соч. с. 142–180.

Для того чтобы проанализировать современное функционирование лонгрида в виртуальной среде, мы решили взять за основу популярные социальные сети. На их примере оценить возможность создания и публикации поста с сочетанием большого объема текста и мультимедийных элементов. По данным исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения, в 2018-ом году самой популярной социальной сетью признана «ВКонтакте», на втором месте «Одноклассники», на третьем – «Instagram», четвертое место делят «Facebook» и «Мой мир», «Twitter» и «Живой журнал» пользуются наименьшим спросом среди пользователей¹. Из данного списка, мы проанализируем лишь те социальные сети, которые предполагают текстовый контент. Соответственно «Instagram» не подходит для нашего исследования, так как основой контента там является фотография.

Первой социальной сетью полностью изменившей интерфейс, стал «Facebook». В августе 2015-го года редакция добавила в арсенал пользователей инструменты, позволяющие создавать лонгриды. Для этого стали доступны обновленные заметки «Facebook Notes», теперь можно выбирать фотографию для обложки заметки, а также размещать статичные изображения в теле публикации с подписями. В заметках пользователи могут полностью форматировать: заголовки, цитаты, нумерации и маркеры списков. Также, мультимедийные тексты можно создавать прямо в новостной ленте. Объем текста может составлять 63206 знаков с пробелами.

В данной социальной сети удобный интерфейс. Возможна вставка элементов из других социальных сетей. Слева от текста заметки располагаются кнопки «вставка» и «редактирование». Процесс создания мультимедийного лонгрида предельно прост и понятен. В постах новостной ленты можно публиковать тексты, фото, видео или gif-анимацию. Также пользователь имеет возможность отмечать друзей, проводить опросы, отвечать на вопросы и добавлять наклейки.

В последнее время, в социальной сети «ВКонтакте» посты в формате лонгрида стали пользоваться большой популярностью. Дело в том, что заголовки таких

¹Лоцман, И. Названы самые популярные социальные сети в России / И. Лоцман // URL: <https://360tv.ru/news/obschestvo/socialnie-seti/> (дата обращения 21.05. 2018)

публикаций сразу привлекают интерес читателя, а содержание способно удерживать его внимание.

Мы провели опрос «ВКонтакте» и узнали у пользователей, какой формат публикаций им нравится больше (см. приложение Б).

В данном опросе приняли участие 680 человек. Результаты показали, что короткие посты остаются более популярными среди пользователей социальной сети «ВКонтакте», однако разрыв всего в 12% доказывает, что аудитория стала намного вдумчивее потреблять информацию в интернете и ценить интересные истории большого объема. Можно предположить, что со временем пользователи перейдут на длинное чтение, так как в комментариях к опросу пользователи обосновывали свой выбор, ссылаясь на нехватку времени.

Для создания объемного и мультимедийного поста, разработчики предоставили пользователям все возможности. Внизу публикации расположены окна: форматирование, медиа, горячие клавиши, списки, публикация и черновики. Благодаря такому интерфейсу, автор может выбрать обложку для своего лонгрида, форматировать его, написать текст, используя разные шрифты, вставить любой медиа-элемент и создавать списки. Пользователь также может пройти по специальной гиперссылке в списке инструментов, и попасть на сайт с подробной инструкцией по созданию мультимедийного поста. Для неопытного пользователя, на наш взгляд, такая функция очень удобна. Объем текста может составлять не более 16834 знака. Также, если пост наберет более 100 просмотров, для автора открывается возможность отслеживать статистику популярности.

В «Одноклассники» существует возможность публиковать лонгриды объемом до 5000 слов в заметках, а также размещать мультимедийные посты в новостной ленте. Идея сервиса в том, чтобы пользователь не уходил на страничную площадку: аудитория реагирует на публикуемый контент мгновенно в ленте новостей.

Для публикации нужно скопировать HTML-код статьи и перенести в приложение «ОК-постинг», затем разместить пост в сообществе. В заметках можно добавлять фото, видео, опрос или музыку. Однако форматировать тексты после пуб-

ликации невозможно и максимальный объем текста может составлять не более 1000 знаков.

В «Live Journal», на наш взгляд, доступны самые богатые возможности по оформлению лонгридов. Здесь можно создавать посты как в новом редакторе, предлагающем современное визуальное оформление, так и в старом, в котором доступны два варианта: визуальный редактор и полноценная HTML-разметка. HTML-режим – незаменимая вещь для опытных пользователей, если необходимо добавить табличную информацию, выделить отдельные слова или абзацы цветом, вставить в текст иконки или целую галерею. При оформлении материалов доступны и дополнительные параметры: создание опросов, карт, сокрытие части текста и так далее. В 2017-ом году разработчики «Live Journal» представила новый визуальный редактор, позволяющий быстро написать и оформить пост без знания HTML. В новом редакторе доступно базовое форматирование, вставка картинок, ссылок и кодов популярных сервисов. Также есть возможность добавлять фото с телефона, компьютера, ссылкой прямо из интернета и с любой социальной. Несомненным преимуществом «Live Journal», как площадки для создания и публикации лонгридов, является великолепная индексация поисковыми системами, то есть посетители могут приходить не только по подписке и из социальных сетей, но и с помощью поисковых систем.

В ходе изучения вопроса современного функционирования лонгридов, мы пришли к выводу, что данный формат стал настолько популярен, что используется не только в СМИ, но и обычными пользователями социальных сетей. Для выявления возможности создания постов в формате лонгрида, нами было рассмотрено 5 самых популярных социальных сетей в России и выявлено, что их интерфейс позволяет готовить и публиковать материалы объемом свыше 1000 знаков. Также, каждый пользователь имеет возможность добавлять к текстовой информации поста различные элементы мультимедиа (фото, аудио, графика) и интерактива (опросы, комментарии и т. д.).

Проанализировав процесс создания постов в данных социальных сетях можно сказать о том, что самым удобным и понятным, даже неопытному пользователю, интерфейсом обладает социальная сеть «ВКонтакте». Однако стоит отметить, что «Live Journal» обладает большей функциональностью, по сравнению с остальными социальными сетями, но требует от пользователей определенных навыков дизайна.

Также, была оценена востребованность постов большого объема среди пользователей социальной сети «ВКонтакте». Для этого, был создан опрос, который показал, что пользователи готовы воспринимать такой формат подачи информации.

В главе «Мультимедийный лонгрид как особый формат сторителлинга» мы доказали, что лонгрид является новым форматом журналистики. Поскольку различные журналистские жанры самостоятельно или в соединении (мультижанровость) уже составляют текстовую основу лонгрида, в совокупности с мультимедийными платформами они формируются в определенную структуру, в знаковых системах Интернета приобретают новые формы. Именно они дают возможность характеризовать лонгрид как формат¹.

Мы установили, что для лонгридов характерен большой объем текста, нарративное изложение, яркий заголовок, набор мультимедийных элементов и публикация на отдельной веб-странице, позволяющий читателю глубоко погрузиться в тему благодаря как содержанию текста, так и его мультимедийным элементам.

Далее мы определили эмпирическую базу для проведения анализа 3 отечественных и 3 зарубежных лонгрида, опубликованных в период с 2013 по 2017 год, таких популярных изданий как: «The New York Times» «Complex», «Guardian», «Новая газета», «Коммерсантъ», «Газета.ру». Выбор этих проектов обоснован тем, что данные работы входят в топ лучших лонгридов по версии команды «Tilda Publishing» и сайта «The Ball».

Проанализировав содержание и оформление материалов эмпирической базы, мы доказали соблюдение и функционирование признаков сторителлинга в проек-

¹Шестеркина Л. П. Указ. соч., с. 141

тах формата лонгрид, а именно: наличие интригующей истории, сочетание в тексте признаков журналистики и художественной литературы (нарративного изложения), повествование через призму личной истории рассказчика (героя), гармоничный набор мультимедийных элементов, драматургия рассказа, эмоциональное и психологическое вовлечение читателей в сюжетное повествование, вызов сопереживания у аудитории при помощи драматизма содержания и визуальности мультимедийных элементов.

В ходе изучения вопроса современного функционирования лонгридов, мы пришли к выводу, что данный формат стал настолько популярен, что используется не только в СМИ, но и обычными пользователями социальных сетей. Для оценки функционирования данного формата в социальных сетях, мы оценили возможности создания постов в формате лонгрида. Нами было рассмотрено 5 самых популярных социальных сетей в России и выявлено, что их интерфейс позволяет готовить и публиковать материалы объемом свыше 1000 знаков. Также, каждый пользователь имеет возможность добавлять к текстовой информации поста различные элементы мультимедиа (фото, аудио, графика) и интерактива (опросы, комментарии и т. д.). На основании полученных данных, мы пришли к выводу о том, что разработчики предоставляют пользователям все необходимые возможности для этого. Самым удобным и понятным, даже неопытному пользователю, интерфейсом обладает социальная сеть «ВКонтакте». Также мы провели опрос, на основании которого сделали вывод, что посты большого объема по востребованности слабо уступают маленьким заметкам, исходя из этого, предположили дальнейший рост популярности объемных, информативных и мультимедийно-оснащенных постов среди пользователей «ВКонтакте». Стоит отметить, что социальная сеть «Live Journal» имеет расширенную функциональность, наряду с остальными, однако требует от пользователей определенных навыков дизайна.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной выпускной квалификационной работе была поставлена цель – выявить признаки и особенности использования сторителлинга в мультимедийной журналистике. Для достижения указанной цели **сформулирован и решен** ряд задач.

При характеристике системы жанров и изучении этапов развития мультимедийной журналистики были **даны определения** основных понятий, необходимых для понимания термина «мультимедийная журналистика», **выявлены** основные этапы становления и **обосновано**, что четкое жанровое разграничение есть только в теории и, в некоторой степени, в информационных источниках. На практике границы жанровой системы стёрты по причине постоянного слияния жанров и появления новых форм подачи информации. В результате жанры синтезируются и развиваются, таким образом, жанровая система непрерывно пополняется.

Определение понятийного аппарата и общая характеристика сторителлинга позволили сделать **вывод** о том, что феномен малоизучен и в научной среде нет единого понимания того, к какой журналистской категории относится данное понятие. **Доказано**, что медиаисследователи характеризуют сторителлинг как формат, жанр или искусство рассказывания историй/метод/ способ подачи информации. В ходе изучения различных источников, нами было **определено**, что жанр можно понимать как определённый тип формы литературного произведения, который характеризуется общностью структурно – композиционных и стилистических признаков. В данном случае приоритет отдаётся содержанию. Что касается формата, большое внимание уделяется именно внешним характеристикам материала.

Таким образом, было **сформировано** авторское понимание сторителлинга. С нашей точки зрения, это скорее способ подачи информации через призму личной истории рассказчика, представленной в разных жанрах и форматах журналистики. Поэтому некорректно относить данное понятие к жанру или формату, так как

«рассказывание историй» само по себе больше способ, процесс или технология, чем форма. Опираясь на труды известных медиаисследователей, которые придерживаются аналогичного мнения, нами было **выявлено** три вида сторителлинга: устный, письменный и мультимедийный. Так как цель выпускной квалификационной работы заключается в изучении сторителлинга именно в медиасреде, соответственно были **выделены** основные характеристики мультимедийного (цифрового) сторителлинга. В результате изучения различных источников мы пришли к **выводу**, что мультимедийный сторителлинг всегда хорошо структурирован, обязательно содержит эмоционально вовлекающую историю, в которой гармонично сочетаются все мультимедиа – составляющие, а сюжет может развиваться трансмедийно и должен побуждать к действию.

В ходе изучения развития сторителлинга в России и за рубежом была в очередной раз **подтверждена** малоизученность данного явления. В связи с этим **установлено** отсутствие официальных источников, раскрывающих историю развития сторителлинга. В этих условиях, нами были **рассмотрены** самые популярные и показательные мультимедийные проекты отечественных и зарубежных изданий. На основании полученной информации мы **сделали вывод** о том, что «первооткрывателями» мультимедийного сторителлинга является редакция американского «New–York Times». Соответственно сторителлинг в сфере журналистики начинает развиваться на западе, а затем приходит в Россию.

В процессе рассмотрения форматов мультимедийного сторителлинга нами **выделен** общий набор характеристик: нарративность, мультимедийность, интерактивность, наличие «эффекта присутствия», возможность создания нелинейного сюжета в рамках одной истории. Также, можно сказать о том, что с течением времени и развитием медиа возможностей появляется всё больше форматов мультимедийного сторителлинга, но все они объединены одной целью – привлечь и удержать внимание аудитории. **Уточнено**, что при помощи новейших технологий эти форматы способны воздействовать на основные органы чувств: зрение (фотографией, визуальным оформлением, а также изображением в видео), слух (аудио-

вставками, подкастами, а также звуком в видео), и тактильные ощущения (использование сенсорного экрана на различных гаджетах, позволяющих буквально прикоснуться к описываемому объекту). Также было **определено**, что самым востребованным, популярным и распространённым форматом сторителлинга в интернете, является мультимедийный лонгрид. Главным образом по причине невысокой стоимости из-за возможности использования готовых платформ для создания лонгридов или конструкторов сайтов, которые не требуют профессиональных знаний по веб-дизайну и программированию. Эти причины обосновывают выбор журналистских материалов в формате лонгрид для выявления признаков мультимедийного сторителлинга.

Также была **дана** общая характеристика лонгрида. В результате исследования различных источников, мы сделали определённые **выводы**. Лонгрид – это новый формат журналистики, характеризующийся взаимосвязью большого объёма текста и мультимедийных элементов, в основе которого лежит нарративное изложение. **Уточнено**, что в качестве текстового базиса лонгрида могут выступать такие жанры как очерк, репортаж, журналистское расследование, статья, обзор и их элементы, что указывает на мультижанровость. Проект такого формата должен обладать броским заголовком, состоять из нескольких глав и иметь особую верстку. Лонгриды могут быть представлены линейно и нелинейно, а все аудиовизуальные и текстовые элементы должны быть взаимосвязаны и не противоречить друг другу, развивая сюжет.

В ходе исследования был **разработан** авторский план контент-анализа, позволяющий проанализировать журналистские материалы формата лонгрид и выявить в них признаки мультимедийного сторителлинга. В качестве эмпирической базы для практической части исследования, были отобраны 6 лонгридов, опубликованных в период с 2013-го по 2017-й год, таких известных изданий как: «The New York Times» «Complex», «Guardian», «Новая газета», «Коммерсантъ», «Газета.ру».

По результатам проведённого анализа содержания и структуры данных лонгридов были сделаны определённые выводы. Повествование содержит в себе

свойства журналистики и художественной литературы, оно затрагивает социально-значимые темы, отличается фактологической точностью излагаемой информации, но, в то же время, представляет истории, написанные живым языком, с драматичным сюжетом. Кроме того, все истории представлены через личное восприятие очевидцев (рассказчиков), зачастую автор не раскрывает своей личности. Такое повествование погружает читателя в ход событий. Стоит отметить, что содержательную часть мультимедийных лонгридов очень сложно отнести к какому-то определённом журналистскому жанру. Дело в том, что в тексте встречаются признаки очерка, репортажа, интервью, аналитической статьи, комментария. Также, отмечается высокое эмоциональное вовлечение читателя в каждую историю. С нашей точки зрения, на это влияет образность повествования, создаваемая при помощи художественных средств. В каждом тексте были выявлены: описания, яркие эпитеты, прямая речь, гипербола, сравнения, ремарки и т. д. При помощи таких изобразительно-выразительных средств воображение читателя создаёт картины, визуализируя информацию и погружая его в определённое эмоциональное состояние (сопереживание герою);

На основании анализа структуры лонгридов можно утверждать, что мультимедийные элементы выполняют определённые роли и усиливают психоэмоциональное вовлечение аудитории. Таким образом, фотоленты, фото, видеоиллюстрации и статичная инфографика визуализируют информацию, большой информационной нагрузкой обладают видеосюжеты, динамичная инфографика, видеокomentarии. Различные слайд-шоу, видеоиллюстрации и аудиоиллюстрации, позволяют создать атмосферу истории и удержать внимание читателя. Анализируемые мультимедийные лонгриды воздействуют на читателя благодаря эмоциональности содержания и мультимедийной оснащённости.

Полученные результаты **показали**, что содержание и структура лонгрида взаимосвязаны и обладают яркими признаками мультимедийного сторителлинга. Следовательно, задачи решены в полном объеме и цель достигнута.

Помимо этого, каждый лонгрид был связан с социальными сетями и предоставлял пользователям оставлять комментарии. Выявление такой тенденции заставило нас оценить современное функционирование лонгридов, в результате чего мы установили, использование данного формата не только СМИ, но и обычными пользователями социальных сетей. Для выявления возможности создания постов в формате лонгрида, нами было рассмотрено 5 самых популярных социальных сетей в России и выявлено, что их интерфейс позволяет готовить и публиковать материалы объемом свыше 1000 знаков. Кроме того, каждый пользователь имеет возможность добавлять к текстовой информации поста различные элементы мультимедиа (фото, аудио, графика) и интерактива (опросы, комментарии и т. д.). Также, была оценена востребованность постов большого объема среди пользователей социальной сети «ВКонтакте». Для этого, нами был создан опрос, который показал, что пользователи готовы воспринимать такой формат подачи информации, однако автору придется серьезно поработать над приемами эмоционального вовлечения, чтобы заставить читателя освоить весь объем информации.

В результате проведенного исследования было **доказано**, что сторителлинг является эффективным и оригинальным методом подачи информации, который способен захватить внимание человека с первой секунды и заставить дочитать материал до конца, несмотря на большой объем текста. В его основе лежит известный психологический фактор: эмоциональный отклик куда лучше воздействует на подсознание, чем сухие факты и указания. Сила данного метода заключается в манипуляции сознанием через образы, ассоциации достоверные факты и интригующую историю героев. На примере анализируемых лонгридов выявлено огромное психоэмоциональное вовлечение читателя в повествование, за счёт нарративного изложения и мультимедийных элементов. Таким образом, применение инструментов сторителлинга в совокупности с современными мультимедийными возможностями может привлечь аудиторию не только в сфере профессиональных СМИ, но и в социальных сетях. Использование данного способа подачи информации даёт возможность журналистам активизировать интерес аудитории к контен-

ту медиаресурса, организовать диалог вокруг актуальной, злободневной темы. Безусловно, это привлечет тех, кто устал от некомментируемой, фактологической информации и ценит креатив в подаче журналистского материала, необычный взгляд на окружающую действительность.

Стоит отметить, что работа обладает теоретико-практической значимостью для медиаспециалистов, работающих в условиях мультимедийной журналистики и дальнейшим потенциалом для исследования в данном направлении: возможны варианты выявления инструментов сторителлинга и анализ их функционирования в других форматах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособие / Е.А. Баранова – М: Изд-во Юрайт, 2014. – 269 с.
2. Бозрикова, С.А. История нарративной журналистики в России / С.А Бозрикова // URL: <http://www.academia.edu/3684620/> (дата обращения: 5.05.2018).
3. Бриггз А. Медиа / А. Бриггз, П. Колби. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 550 с.
4. Бирюков В.А. Мультимедийный лонгрид как новый формат представления контента СМИ. / В.А. Бирюков // URL: <http://izron.ru/articles/ekonomika-i-menedzhment-ot-teorii-k-praktike-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodnoy-nauch/>
5. Булаева, М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат/ М.Н. Булаева // Журналистский ежегодник. 2015. – № 4. – С. 121–123.
6. Газета.ру: официальный сайт /Беслан // URL: <https://www.gazeta.ru/social/beslan/> (дата обращения: 28.05.2018).
7. Градюшко, А.А. Творческие методы и приемы современной веб-журналистики Беларуси / А.А. Градюшко // Весник БГУ. Серия: «Филалогия. Журналистика. Педагогика». – 2014. – № 1. – С. 69–73.
8. Градюшко, А.А. Градюшко, Современные мультимедийные форматы аналитических жанров журналистики / А.А. Градюшко // Международная журналистика: турбулентность межгосударственных отношений и медиа: сб. науч. тр. – Минск: Изд-во БГУ, 2016. – С. 192 – 197.
9. Градюшко, А.А. Лонгрид как формат визуализации контента в современных интернет-сми / А.А. Градюшко // Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии: сб. науч. тр. – Минск: Изд-во БГУ, 2017. – 208 с.
10. Герасименко, О. Сторителлинг – эффективный вариант неформального обучения / О. Герасименко // URL: <http://www.trainings.ru/library/articles/?id=6330> (дата обращения 15. 03. 2018).

11. Грушевская В.Ю. Применение метода цифрового сторителлинга в проектной деятельности учащихся / В.Ю. Грушевская // Педагогическое образование в России. – 2017. – № 6. – С.38–44.
12. Золотухин, А.А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история как новые вершины журнализма / А.А. Золотухин, Ю.Н. Мажарина // Вестник ВГУ. Серия: «Филология. Журналистика». – 2016. – № 2. – С. 93–96.
13. Качкаева, А.Г. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
14. Кириллова, Н.Б. Мудиаккультура: теория, история, практика: учеб. пособие / Н.Б. Кириллова – Москва: Изд-во Академический проект, 2008. – 496 с.
15. Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе / А.В. Колесниченко // Медиаскоп. // URL: <http://www.mediascope.ru/1691> – 2015. – №1.
16. Колотилов, В. Интерактивные статьи, которые учат по-новому рассказывать истории / В. Колотилов // URL: <http://mediakritika.by/article/2212/> (дата обращения 13. 04. 2018).
17. Коммерсантъ: официальный сайт / Средиземное горе // URL: <https://www.kommersant.ru/projects/deadlyroute#highlights> (дата обращения: 29.05.2018).
18. Коноплев, Д.Э. Закат десктопов: как мобильные платформы меняют медиа и их аудиторию / Д.Э. Коноплев // Вестник ЧелГУ. Серия: «Филология. Искусствоведение». – 2015. – Вып. 94 – №5 (360). – С. 142 – 146.
19. Красавина, А.В. Сторителлинг как журналистская дисциплина: проблемы и перспективы преподавания/А.В. Красавина // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 4 (26). – С. 133–137.
20. Кульчицкая, Д.Ю. Мультимедиа и СМИ / Д.Ю. Кульчицкая // Вопросы теории и практики журналистики. – 2012. – № 2. – С. 100–105.

21. Лазутина, Г.В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики / Г.В. Лазутина // Вестник МГУ. Серия: «Журналистика». – 2010. – №6. – С. 14 – 21.
22. Лосева, Н.Г. Конвергенция и жанры мультимедиа / Н.Г. Лосева, А.Г. Качкаева, И.В. Кирия // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные медиа превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой – М., 2010. – 200 с.
23. Лоцман, И. Названы самые популярные социальные сети в России / И. Лоцман // URL: <https://360tv.ru/news/obschestvo/socialnie-seti/> (дата обращения 21.05.2018)
24. Лукина, М.М. Интернет – СМИ: Теория и практика: учеб. пособие / М.М. Лукина – М: Изд-во Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
25. Лычавко А. Что такое лонгрид?/ А. Лычавко// URL: <http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-47-20/276452-что-такое-longrid.html>
26. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обуч. сем. / С. Балмаева, М. Кастельс, Н.Г. Лосева, М.М. Лукина и др. – Екатеринбург: Изд-во Аграф, 2010. – 148 с.
27. Мирошниченко, А. Форматы подачи и упаковки контента в условиях медиаконвергенции / А. Мирошниченко // Медиаконвергенция, которая изменила мир: сб. науч. тр. – Москва: Изд-во РГГУ, 2014. – С. 63–74.
28. Новая газета: официальный сайт / Принятие // URL: <https://chechnyagate.novayagazeta.ru/> (дата обращения: 29.05.2018).
29. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учебное пособие / Е.В. Олешко. – М.: Изд-во Флинта, 2016. – 130 с.
30. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / Г.Г. Почепцов – М.: Изд-во Ваклер: Рефл-бук, 2001. – 656 с.
31. Савицкий, В.А. Игра как феномен журналистского творчества / В.А. Самарцев// Медиаскоп // URL: <http://www.mediascope.ru/node/> – 2010. – №2.

32. Самарцев, О.Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики: учеб. пособие / О.Р. Самарцева. – М.: Академический проект, 2009. – 526 с.
33. Силантьева О. Мультимедийная журналистика – это больше, чем «работать на сайте» / О. Силантьева // URL: <http://sila.media/multimedia/whatismultimedia> (дата обращения 18. 04. 2018).
34. Словари и инциклопедии на Академикe: официальный сайт // URL: <https://dic.academic.ru/> (дата обращения 22. 05.2018).
35. Тертычный А.А. Характеристика художественно-публицистических жанров / А.А. Тертычный // URL: <http://evartist.narod.ru/text2/06.htm> (дата обращения 01.06. 2018)
36. Хабурзания Э. Сторителлинг как инструмент PR / Э. Хабурзания // URL: <https://refdb.ru/look/1254864.html> (дата обращения 10. 04. 2018).
37. Универсальная журналистика: учебник для вузов / под ред. Л.П. Шестеркиной. – М.: Издательство Аспект Пресс, 2016. – 480 с
38. Школа эффективных сторителлеров: блог // URL: http://bdb100ktn.blogspot.ru/2012/07/blog-post_14.html (дата обращения 20. 04. 2018).
39. Шустова, О.И. Пространство медиа искусства / О.И. Шустова – СПб.: Изд-во Алетейя, 2013. – 144 с.
40. Юровский А.Я. Место телевидения в системе средств массовой коммуникации / А.Я. Юровский // URL: <http://evartist.narod.ru/text6/25.htm> (дата обращения 20. 03. 2018).
41. Complex / Danny Brown. Sky High // URL: <https://www.complex.com/music/danny-brown-interview-sky-high-2013-cover-story> (дата обращения: 27. 05.2018).
42. The Guardian / Firestorm // URL: <https://www.theguardian.com/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family> (дата обращения: 29. 05. 2018).

43. The New York Times / Invisible Child // URL: <http://www.nytimes.com/projects/2013/invisible-child/index.html#/?chapt=1> (дата обращения: 26.05. 2018).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А. ХАРАКТЕРИСТИКА МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ПО М.М. ЛУКИНОЙ И Н.Г. ЛОСЕВОЙ

Мультимедийный элемент	Характеристика
Статичная иллюстрация	картинка, помогающая выстроить визуальный ряд, обычно применяется при отсутствии фото с места событий
Статичное фото	обычная фотография
Фотогалерея, фотолента и фоторепортаж	рассказ о событии через фото, навигация, чаще всего, организуется при помощи клика
Слайд-шоу	это фоторассказ в котором изображения самовоспроизводятся
Инфографика	графический способ подачи информации (статичная, анимированная, интерактивная, видеоинфографика)
Видеоиллюстрация	не имеет законченного сюжета, это видеофрагмент, относящийся к определенной части материала, может выступать в качестве фона или выполнять функцию обложки лонгрида
Видеосюжет	видеосообщение с полноценным, законченным сюжетом
Видеокомментарий	видеозапись с участником события, который выражает собственное мнение по какому-либо вопросу (говорящая голова)
Аудиоиллюстрация	незаконченный фрагмент аудиозаписи (шумы, музыка, цитаты), нацеленный на создание определенной атмосферы
Аудиоверсия текста	начитанный диктором текст сообщения
Аудиосюжет	законченное аудиосообщение
Подкаст	законченный звуковой файл, обычно это фрагмент радишной программы или начитанный текст сообщений
Аудиослайд-шоу	самовоспроизводящаяся фотоистория, обладающая звуковым сопровождением
3D - модель	трехмерное изображение

ПРИЛОЖЕНИЕ Б. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА, ПРОВЕДЕННОГО В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» – РИСУНОК Б. 1



Пять минут своего времени вы предпочтёте потратить на чтение одного информативного, интересного, но длинного поста или на несколько маленьких заметок?

Открытое голосование

Один длинный

299



44%

Несколько коротких

381

56%

Проголосовало **680** человек.

[Получить код](#)

Анастасия Шульга