



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
<https://vfn-journal.ru>
2025, Том 5, № 4 / 2025, Vol. 5, Iss. 4 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 070.19

¹ Шаурова Е.А.

¹ Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна

Жанрово-композиционные особенности лонгрида как мультимедийного произведения

Аннотация: данное исследование посвящено мультимедийному лонгриду как журналистскому произведению, основу которого составляет объёмный текст и насыщенный визуальный ряд. Цель работы – проанализировать лонгриды с точки зрения жанрово-композиционных особенностей, выяснить, что именно следует понимать под термином «лонгрид», а также к какой категории отнести такой материал – к формату или к жанру. Ключевым аспектом является то, что структура лонгрида отражает его формат, а содержание указывает на жанр. В ходе изучения вопроса были использованы такие методы как анализ, синтез, сравнение, контент-анализ. Исследование показало, что лонгрид можно рассматривать (изучать) как с точки зрения жанра, так и формата. В ходе анализа были определены пять основных видов лонгридов, которые выделяют российские учёные в области журналистики. С опорой на данные исследования проанализированы десять наиболее ярких проектов, опубликованных ведущими российскими СМИ («ТАСС», «Коммерсантъ», «Лента.ру»). На примере рассмотренных материалов видно, что один лонгрид может относиться сразу к нескольким видам: например, аналитическому или художественно-публицистическому. В конце статьи даны рекомендации по созданию качественных лонгридов.

Ключевые слова: лонгрид, мультимедийность, СМИ, журналистские жанры, виды и форматы текстов, визуализация информации

Для цитирования: Шаурова Е.А. Жанрово-композиционные особенности лонгрида как мультимедийного произведения // Вестник филологических наук. 2025. Том 5. № 4. С. 70 – 75.

Поступила в редакцию: 20 марта 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 01 апреля 2025 г.; Принята к публикации: 18 апреля 2025 г.

¹ Shaurova E.A.

¹ Saint Petersburg State University of Industrial
Technologies and Design

Genre and compositional features of a longread as a multimedia work

Abstract: this study is devoted to the multimedia longread as a journalistic work based on a long text and rich visuals. The purpose of the work is to analyze longreads in terms of genre and compositional features. The topical issue is addressed: what exactly should be understood by the term "longread", and most importantly, to which category should such material be attributed - to the format or to the genre. The key aspect is that the structure of the material reflects its format, and the content indicates the genre. In the course of studying the issue, such methods as analysis, synthesis, comparison, and content study were used. The study showed that a longread can be attributed to both a format and a genre, depending on the point of view. Five main types of longreads are identified, which are distinguished by Russian scientists in the field of journalism. Based on the research data, ten of the most striking projects published by leading Russian media (TASS, Kommersant, Lenta.ru) are analyzed. The materials reviewed show that one longread can belong to several

types at once: for example, to a portrait and an analytical type, or to a report, but with elements of reconstruction. At the end of the article, recommendations are given on creating high-quality longreads: when choosing a topic, pay attention to the long-term relevance of the material so that it is interesting to refer to it even years after publication, deeply study the research topic, relying on relevant sources, and also pay attention to the design so that the material is visually attractive and holds the audience's attention.

Keywords: longread, multimedia, media, journalistic genres, journalistic formats, information visualization

For citation: Shaurova E.A. Genre and compositional features of a longread as a multimedia work. Philological Sciences Bulletin. 2025. 5 (4). P. 70 – 75.

The article was submitted: March 20, 2025; Approved after reviewing: April 01, 2025; Accepted for publication: April 18, 2025.

Введение

Термин «лонгрид» в журналистских исследованиях появился сравнительно недавно. Первым лонгридом, который произвёл революцию в сфере журналистики, стал спецпроект «Snow Fall», реализованный редакцией газеты «The New York Times» в 2012 году. Проект представляет собой историю о горнолыжниках, которые оказались погребены под снежной лавиной в Туннел-Крик. Особенность материала заключается в уникальной структуре: текст лонгрида дополняется большим количеством мультимедийных элементов: фотографиями, видеороликами, инфографиками и даже симуляцией вида с воздуха. Всё это создаёт эффект присутствия, а композиция становится революционным способом передачи информации.

Цель предпринятого нами исследования заключалась в том, чтобы на основе имеющейся научной литературы, посвященной лонгридам, провести жанрово-композиционный анализ, выявить их тематические и структурные особенности и выработать рекомендации по созданию подобных текстов.

Материалы и методы исследований

Для достижения поставленной цели использовались следующие научные методы: анализ, синтез, сравнение, контент-анализ. В ходе анализа были определены пять основных видов лонгридов, которые выделяют российские учёные в области журналистики. С опорой на данные исследования проанализированы десять наиболее ярких проектов, опубликованных ведущими российскими СМИ («ТАСС», «Коммерсантъ», «Лента.ру»).

Результаты и обсуждения

В результате проведенного анализа было выявлено, что несмотря на более чем десятилетнее существование лонгрида в СМИ среди ученых и специалистов нет единого мнения, что именно следует понимать под термином «лонгрид», а главное, к какой категории отнести данный материал – к формату или жанру. Ключевым моментом является то, что структура лонгрида отражает его формат, а содержание указывает на жанр. По наблюдениям М.А. Мироновой, в одних лонгридах главную роль играет текст, а в других – визуальная информация. Исследователь предполагает, что успех лонгрида заключается в грамотном сочетании текста и мультимедийной составляющей [11, с. 122]. В то же время авторы, относящие лонгрид к жанру журналистики, отмечают, что мультимедийная составляющая не может считаться главным признаком. Как отмечает А.В. Колесниченко, лонгрид остается лонгридом даже в случае, когда в нем присутствует только текст [6, с. 4]. Тем временем М.Н. Булаева считает, что суть жанра определяется содержательными характеристиками материала, а формат характеризует, прежде всего, структурные особенности медиапродукта [4, с. 122]. Обобщая мнения авторов научных работ, делаем вывод, что лонгрид можно рассматривать как с точки зрения жанра, так и с точки зрения формата, в зависимости от того, что попадает в поле зрения исследователя, содержательная или формальная его сторона.

Как пишут Д.В. Кульчицкая и А.А. Галустян, мультимедийный лонгрид – это журналистское произведение, в основе которого заложен длинный текст и насыщенный аудиовизуальный ряд. Такой проект предполагает глубокое погружение читателя в тему, а также серьезную проработку журналистом большого количества источников по предмету исследования [9, с. 10]. Лонгрид представляет собой веб-сайт или страницу, объединяющую печатный текст и мультимедийные элементы. Достаточно часто в таких проектах используются автоматически запускающиеся видеоролики, всплывающие надписи, аудиодорожки. А.В. Муха и З.И. Шевченко пишут, что при создании лонгрида важно помнить о таких элементах, как оглавление, вступление, основная часть и вывод [12, с. 3]. С.А. Петрова отмечает, что в лонгридах практически не бывает рекламы [14, с. 424]. К таким проектам предъявляются те же требования, как и к любому художественному тексту: соответствие нормам речи, образность и т.п. По мнению М.Л. Конюковой и С.А. Петро-

вой, в любом лонгриде прослеживаются все три начала, которые характерны для очерка – социальное, психологическое и публицистическое [8, с. 4]. Этому же мнению придерживаются А.А. Золотухин и Ю.Н. Мажарина: по мнению исследователей, под яркой оболочкой лонгрида возрождается трансформированный инновационными технологиями очерк [5, с. 93]. Одна из главных особенностей лонгрида – большой объём (отсюда и название – от англ. long – длинный, read – чтение). По мнению З.Д. Юсуповой и Т.С. Пименовой, стандартный объём таких материалов составляет не менее 1200 слов или 8000 символов [15, с. 4]. М.С. Оточина считает, что средний объём лонгрида – от 3000 до 9000 символов (Оточина 2019). По наблюдению С.Ю. Леонтьевой, к лонгридам в интернет-издании «Фонтанка.ру» относят материалы объёмом 10000-1500 знаков с пробелами [10, с. 63]. А.В. Муха и З.И. Шевченко пишут, что каждый раздел лонгрида должен иметь не более 2000 символов, чтобы у читателей в процессе чтения не пропал интерес [12, с. 3].

И.В. Берновский утверждает, что лонгрид является, в первую очередь, историей, а не новостью. Его написание требует тщательной и долговременной, по сравнению с новостью, подготовки. Лонгрид не зависит от актуальных событий, его задача – донести информацию, полезную или интересную читателю (Берновский 2022). Именно поэтому к лонгридам имеет смысл обращаться даже спустя десятилетия после публикации. Д.И. Аксеновский полагает, что короткий контент может привести к увеличению трафика только в краткосрочной перспективе (1-3 дня), а длинный контент более эффективен в долгосрочной перспективе (1-2 года) [1, с. 146]. Это говорит о том, что лонгриды выгодны при стратегическом продвижении СМИ. Ярким примером выступает материал «Snow Fall», название которого стало синонимом слова «лонгрид».

На данный момент принято выделять пять основных видов лонгридов как жанра.

Репортаж. Такой лонгрид передаёт сообщение с места событий. Это может быть освещение мероприятия или обзор путешествия [7, с. 12].

Реконструктор (исторический лонгрид). Воссоздание событий прошлого. Лонгрид этого вида строится по принципу ретроспективы. В ходе его подготовки Автору необходимо изучить документы по выбранной теме: архивы, хроники, фотографии [7, с. 12].

Портрет. Лонгрид, рассказывающий о человеке или персонаже. Здесь могут быть отражены фрагменты биографии, интервью и т.п. [2, с. 30-31].

Коммерческий лонгрид. Это обзоры различных продуктов, услуг, история компании. Задача такого лонгрида – рассказать обо всех преимуществах бренда и замотивировать читателя на совершение покупки или другого целевого действия [2, с. 30-31].

Аналитический (проблемный) лонгрид. Данный контент представляет собой совокупность информации, предоставленной экспертами и специалистами в конкретной области. В лонгриде проводится анализ результатов, приводятся ссылки на исследования, а также часто используются графики [2, с. 30-31].

Нами были проанализированы наиболее популярные лонгриды, опубликованные в ведущих российских СМИ. Почти все из них были удостоены наград и премий в области журналистики.

«Круги Данте» («ТАСС», URL: <https://dante.tass.ru/>). Проект представляет собой описание биографии и творчества поэта с помощью тринадцати персонажей, с которыми он был связан в реальной жизни. Читатель может самостоятельно выбрать порядок знакомства с героями: по хронологии «Божественной комедии» или по хронологии жизни автора. Этот лонгрид можно отнести сразу к двум видам (здесь можно видеть присутствие жанрового синтеза: элементы портретной характеристики и экспертного анализа специалистов): к портрету (раскрытие личности писателя и персонажей) и аналитическому (большое количество графиков и ссылок на российских и итальянских экспертов).

«Путь героя» («ТАСС», URL: <https://spec.tass.ru/geroi-multifilmov/>). Героями спецпроекта стали пять культовых персонажей советских мультфильмов (кот Матроскин, ослик Иа, Багира, Волк из «Ну, погоди!» и котёнок Гав), они были отобраны по результатам опроса в соцсетях среди читателей «ТАСС». Данный лонгрид можно отнести сразу к трём видам: к портрету (раскрытие личностей персонажей), коммерческому (популяризация действующей киностудии «Союзмультфильм») и аналитическому (анализ социального подтекста мультфильмов и обращения к авторитетным источникам).

«Леонов, твой выход!» («ТАСС», <https://leonov-v-kosmose.tass.ru/>). В данной работе, посвящённой 55-летию полёта Алексея Леонова, при помощи 3D-моделирования детально воссоздан процесс первого выхода человека в открытый космос. Лонгрид можно отнести к реконструкции благодаря детальному воссозданию исторического события.

«Чернобыль. Земля отчуждения» («Коммерсантъ», <https://www.kommersant.ru/projects/chernobyl/>). В этом визуальном спецпроекте собраны подробности взрыва на атомной электростанции, описана хроника развития событий и представлены фотографии современной Припяти. По виду это лонгрид – репортаж (так как

передача сообщения ведется с места событий, освещается нынешняя жизнь в зоне отчуждения), но с элементом реконструкции (воссоздается атмосфера катастрофы).

«День, когда началась война» («Коммерсантъ», <https://www.kommersant.ru/projects/june22>). Проект посвящен 22 июня 1941 года – дню начала Великой Отечественной войны. Погрузиться в атмосферу тех событий позволяют фотографии, газетные вырезки и воспоминания очевидцев. Лонгрид можно отнести к реконструктору, так как в нем происходит хронологическое воссоздание событий.

Аналогичную картину видим в материале «День, когда кончилась война» («Коммерсантъ», <https://www.kommersant.ru/projects/9may>). Проект демонстрирует события с 15 марта по 24 июня, рассказывает о них в хронологическом порядке через тексты, архивные фотографии и видео, сканы документов и газеты того периода. Лонгрид также можно отнести к реконструктору.

«Сбербанк помогает заняться любимым делом» («Коммерсантъ», https://ufaprojects.kommersant.ru/sberbank_mb). В материале рассказывается об услугах и преимуществах компании «Сбербанк». Лонгрид можно отнести к коммерческому виду, так как он направлен на продвижение бренда и повышение лояльности аудитории к нему.

«Крах однополярного мира» («Лента.ру», <https://crash.lenta.ru/>). Проект рассказывает о том, как переустройство мировой экономики и кризис либеральной демократии привели к коллапсу прежнего миропорядка. Аналитический вид этому лонгриду придаёт экспертный анализ.

«Мифы о России» («Лента.ру», <https://myths.lenta.ru/intro>). Проект предоставляет пять мифов о России с краткими справками и инфографиками. При выборе каждого мифа открывается текст с опровержением и видеоролик. Лонгрид можно отнести к аналитическому виду, т.к. в нем присутствуют графики и ссылки на экспертов.

«Чума фашизма» («Лента.ру», <https://reichspost.lenta.ru/>). В данном проекте описана история фашистской Германии. Авторы оцифровали фотографии, плакаты, открытки и видеоролики из частных коллекций и официальных архивов. Лонгрид можно отнести к аналитическому виду. В нем ведется анализ нацификации страны, искусства управления толпой, мифов, врагов и героев Третьего Рейха и многое другое.

«Титаны в трико» («Лента.ру», <https://wrestling.lenta.ru/>). Проект посвящён истории американского рестлинга. Авторы показали главных героев ринга: Андрэ Гиганта, Халка Хогана, Брета Харта, Гробовщика, Стива Остина, Рэя Мистерио, Билла Голдберга, Дуэйна Джонсона, Си Эм Панка и Джона Сина. В лонгриде приведены фотографии с краткой биографией и физическими данными каждого борца. Помимо этого, авторы объяснили все основные термины, применяющиеся в данном виде спорта. Лонгрид можно отнести к портретному виду за счёт подробного раскрытия личностей борцов.

Таким образом, мы рассмотрели примеры каждого вида лонгридов и убедились в том, что один лонгрид может включать в себя несколько видов/жанров: например, портретный и аналитический вид или репортаж с элементами реконструкции.

На основе вышеизложенного можно выработать следующие рекомендации по созданию качественных лонгридов.

1. Долгосрочная актуальность. Чтобы лонгрид оправдал затраченные на его создание ресурсы, нужно, чтобы он был «вне времени» и привлекал к себе внимание годами. В продвижении проекта также может помочь социальная сеть «Pinterest», куда можно выложить картинку или видео со ссылкой на лонгрид. Данная социальная сеть работает таким образом, чтобы пользователи периодически видели даже старый контент.

2. Глубокая проработка темы. Необходимо досконально изучить тему, побеседовать со специалистами в выбранной области, проверить информацию, обратившись к нескольким источникам.

3. Привлекательное визуальное оформление. Для создания лонгрида подойдут изображения, видео, инфографика, цитаты, списки, карты, таймлайны и прочие элементы. Главное, чтобы они соответствовали основной мысли материала. Зачастую при создании лонгридов задействованы профессиональные дизайнеры и программисты, однако также существуют различные онлайн-конструкторы сайтов, которые позволяют создавать достойные проекты, не прибегая к помощи специалистов. Одной из таких платформ является «Tilda». Она же помогает и осуществить поисковую оптимизацию сайта.

Выводы

На основе проведённого исследования приходим к выводу, что один и тот же лонгрид может иметь гибридный (синтетический) характер и быть типологизирован сразу по нескольким признакам: как портретный или аналитический вид, репортаж с элементами реконструкции и т.п. Для создания качественных лонгридов необходимо учитывать следующие рекомендации: при выборе темы обращать внимание на долгосрочную актуальность материала, чтобы к нему было интересно обращаться даже спустя годы, глубоко прорабатывать

тему, опираясь на релевантные источники, а также уделять внимание оформлению, чтобы материал был визуально привлекательным.

Список источников

1. Аксеновский Д.И. Мультимедийный лонгрид как стратегический контент в цифровой коммуникации // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2023. Т. 1. № 4 (42). С. 142 – 151.
2. Безбородова Ю.В., Пластинина Н.А., Тищенко А.В. Мультимедийный лонгрид в образовательном процессе вуза // Социально-педагогические вопросы образования и воспитания: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Чебоксары, 3 мая 2023 г. Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2023. С. 29 – 31.
3. Берновский И.В. Жанровая специфика лонгрида // Молодая наука Арктики: материалы научно-практической конференции обучающихся Института лингвистики МАГУ. Мурманск, 20-28 апреля 2022 г. Мурманск: Мурманский арктический государственный университет, 2022. С. 232 – 237.
4. Булаева М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник. 2015. С. 121 – 123.
5. Золотухин А.А., Мажарина Ю.М. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? // Вестник Воронежского университета. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 2. С. 93 – 96.
6. Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. № 1. С. 1 – 14.
7. Колесниченко А.В. Типология мультимедийных лонгридов // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2022. № 4. С. 3 – 20.
8. Конюкова М.Л., Петрова С.А. Формы медиатизации языковых элементов в современном публицистическом жанре «лонгрид» // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2022. Т. 1. № 1 (37). С. 61 – 68.
9. Кульчицкая Д.Ю., Галустьян А.А. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания. М.: Аспект Пресс, 2017. 80 с.
10. Леонтьева С.Ю. Жанровые особенности материалов Интернет-СМИ при подаче в формате лонгрида // Мир – Язык – Человек: материалы V Международной научно-практической конференции. Владимир, 29 ноября 2023 г. Владимир: Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, 2022. С. 62 – 67.
11. Миронова М.А. Лонгрид как новый формат мультимедиа в российских и зарубежных онлайн-медиа // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2017. № 28 (277). С. 106 – 112.
12. Муха А.В., Шевченко З.И. Лонгрид как форма мультимедийного контента в современной отечественной и зарубежной журналистике // Огарёв-Online. 2023. № 6 (191). С. 1 – 5.
13. Оточина М.С. Нарратив в «Яндекс.Дзен» как разновидность шортрида и его использование в PR // XIII Машеровские чтения: материалы международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Витебск, 18 октября 2019 г. Витебск: Витебский государственный университет им. П.М. Машерова, 2019. С. 137 – 138.
14. Петрова С.А. Лонгрид как инструмент активизации читательского интереса // Современные проблемы книжной культуры: основные тенденции и перспективы развития: материалы XVI Белорусско-Российской научной конференции, Москва, 22-23 ноября 2023 г. М.: Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Научный и издательский центр «Наука» Российской академии наук», 2023. С. 423 – 427.
15. Юсупова З.Д., Пименова Т.С. Современные методы работы с источниками информации в процессе обучения // Просвещение и познание. 2021. № 5. С. 35 – 43.

References

1. Aksenovsky D.I. Multimedia longread as strategic content in digital communication. Bulletin of the Volga University named after V.N. Tatishchev. 2023. Vol. 1. No. 4 (42). P. 142 – 151.
2. Bezborodova Yu.V., Platinina N.A., Tishchenko A.V. Multimedia longread in the educational process of the university. Social and pedagogical issues of education and upbringing: Materials of the All-Russian scientific and practical conference. Cheboksary, May 3, 2023. Cheboksary: Limited Liability Company "Publishing House" Sreda ", 2023. P. 29 – 31.
3. Bernovsky I.V. Genre specificity of longread. Young science of the Arctic: materials of the scientific and practical conference of students of the Institute of Linguistics of MASU, Murmansk, April 20-28, 2022. Murmansk: Murmansk Arctic State University, 2022. P. 232 – 237.

4. Bulaeva M.N. Multimedia longread as a new journalistic format. Journalistic yearbook. 2015. P. 121 – 123.
5. Zolotukhin A.A., Mazharina Yu.M. Longread, snowfall, multimedia history – as new heights of journalism? Bulletin of Voronezh University. Series: Philology. Journalism. 2015. No. 2. P. 93 – 96.
6. Kolesnichenko A.V. Long texts (longreads) in the modern Russian press. Mediascope. 2015. No. 1. P. 1 – 14.
7. Kolesnichenko A.V. Typology of multimedia longreads. Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism. 2022. No. 4. P. 3 – 20.
8. Konyukova M.L., Petrova S.A. Forms of mediatization of language elements in the modern journalistic genre "longread". Bulletin of the Volga University named after V.N. Tatishchev. 2022. Vol. 1. No. 1 (37). P. 61 – 68.
9. Kulchitskaya D.Yu., Galustyan A.A. Longreads in online media: features and technology of creation. M.: Aspect Press, 2017. 80 p.
10. Leontyeva S.Yu. Genre Features of Internet Media Materials when Submitted in Longread Format. World – Language – Man: Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference. Vladimir, November 29, 2023. Vladimir: Vladimir State University named after Alexander Grigorievich and Nikolai Grigorievich Stoletov, 2022. P. 62 – 67.
11. Mironova M.A. Longread as a New Multimedia Format in Russian and Foreign Online Media. Scientific Bulletin of Belgorod State University. Series: Humanities. 2017. No. 28 (277). P. 106 – 112.
12. Mukha A.V., Shevchenko Z.I. Longread as a form of multimedia content in modern domestic and foreign journalism. Ogarev-Online. 2023. No. 6 (191). P. 1 – 5.
13. Otochina M.S. Narrative in Yandex.Zen as a type of shortread and its use in PR. XIII Masharov Readings: materials of the international scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists. Vitebsk, October 18, 2019. Vitebsk: Vitebsk State University named after P.M. Masharov, 2019. P. 137 – 138.
14. Petrova S.A. Longread as a tool for activating reader interest. Modern problems of book culture: main trends and development prospects: materials of the XVI Belarusian-Russian scientific conference, Moscow, November 22-23, 2023. Moscow: Federal State Budgetary Institution of Science "Scientific and Publishing Center "Science" of the Russian Academy of Sciences", 2023. P. 423 – 427.
15. Yusupova Z.D., Pimenova T.S. Modern methods of working with information sources in the learning process. Education and knowledge. 2021. No. 5. P. 35 – 43.

Информация об авторах

Шаурова Е.А., Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, shaurova-ea@yandex.ru

© Шаурова Е.А., 2025