

АГЕЕВА Г. М., КОЗЛОВА Д. А., КУЛИКОВА Н. Э.
ПАРАД ЛОНГРИДОВ: О ВИЗУАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ
СТУДЕНЧЕСКОЙ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассматривается специфика лонгрида как нового мультимедийного продукта. Отражены его ключевые характеристики и принципы создания, определена роль вербальной и визуальной составляющих. Представлен опыт использования данного формата в организации студенческой научной деятельности.

Ключевые слова: лонгрид, медиа, мультимедиа, контент, визуализация, лонгформа, сторителлинг, веб-документари, сайтостроение, научная статья, студенческая наука.

AGEEVA G. M., KOZLOVA D. A., KULIKOVA N. E.
PARADE OF LONGREADS: VISUALIZATION OF STUDENT RESEARCH PROJECTS

Abstract. The article considers the specifics of longread as a new multimedia product. The authors provide its key characteristics, describe the principles of creation, discuss the role of verbal and visual components. The experience of using the longread in the organization of student research activities is described.

Keywords: longread, media, multimedia, content, visualization, long form, storytelling, web documentaries, website building, scientific article, student science.

Несколько лет назад в сети Интернет популярность приобрел лонгрид – новый мультимедийный формат публикации с использованием шаблонов представления информации и конструкторов сайтов. В основном он получил распространение в онлайн-журналистике. И масштабы этого распространения очень быстро стали глобальными. Многие интересные и неоднозначные события, как исторические, так и текущие, получили отображение в формате лонгрида. Лонгриды активно цитируются. И вот уже в стремлении оптимизировать деятельность по генерации подобных медиапродуктов появляются путеводители по лонгридам [1], аналитические [2] и обучающие [3] материалы, вырабатываются классификации с акцентом на видовую и жанровую составляющую [4], расширяется терминологический ряд (как близкие по значению – лонгформы, веб-документари (веб-документалистика, вебдок), интерактивные визуальные истории, интерактивные мультимедийные проекты, сторителлинг).

Популярность лонгрида обусловлена во многом технической стороной: легкость работы в специальных конструкторах (Creatavist, Exposure, Racontr, Shorthand, StampSy, Tilda и прочие российские и зарубежные разработки), большой функционал и богатые

выразительные возможности (задействование фото, видео, графики, тайм-линий, анимации), быстрое представление неограниченно широкой аудитории – гарантия интереса исполнителей и успеха у потребителей. И новички, и искушенные всегда найдут для себя приемлемый вариант.

Создание лонгрида требует определенных знаний и навыков: грамотное выстраивание сюжетной линии, использование иллюстративных элементов, различных приемов, чтобы увлечь читателя, чувство стиля, вкусовые предпочтения разработчика – все скажется на результате. «Всё, что вам нужно, – это контент и хороший вкус» – девиз специализированной платформы для создания интернет-ориентированных проектов Tilda Publishing (<https://tilda.cc/ru>). Отчасти этот процесс сравним с версткой книги или журнала, где текстовая часть играет основную роль, важно ее расположение, организация на странице, проработка структуры; большое внимание уделяется подбору шрифтов, их колористическому решению. Поэтому конструкторы лонгридов типографику фокусируют целенаправленно. Лонгрид – не яркая афиша, реклама, иллюстративное дополнение к чему-то более важному, это содержащий в должном объеме необходимые текстовые сведения медиапродукт, имеющий самостоятельное значение.

Неслучайно лонгрид нашел применение в учебной и научно-исследовательской деятельности, пополнив копилку используемых здесь визуальных сервисов (для традиционных и интерактивных презентаций, инфографики, интерактивных карт, 3D-моделирования и др.). Однако если отойти от его богатых иллюстративных возможностей и сосредоточиться на текстовой составляющей – здесь есть над чем работать.

Изначально лонгрид возник как альтернатива объемным текстовым блокам газетных и журнальных полос, чтение которых стало занимать слишком много времени у испытывающего его дефицит современного человека – носителя визуальной культуры. И началась конкурентная борьба за внимание читателя: новые жанры, форматы, приемы позволяли какое-то время удерживать внимание аудитории. Расширение иллюстративного ряда, добавление мультимедиа способствовало схождению интересов двух заинтересованных сторон – создателей и потребителей информации, которую невозможно выразить «в двух словах» или представить только посредством изображений. В лонгрид включен текст довольно большого объема (приблизительно 8 тыс. знаков), хотя объем не является жанрообразующим признаком. Однако более «скромные» по текстовому наполнению продукты имеют зачастую другие названия – лонгформы, веб-документари. Да и сам термин «лонгрид» («long read») переводится как «длинное чтение», но строгой градации нет. Появление этой формы – своеобразный компромисс между предложением

долгого чтения и возможностью быстро перелистнуть страницы, просмотреть или прослушать отдельные фрагменты, выхватив смысловую суть через изобразительные элементы. Неслучайно многие лонгриды содержат указание, сколько минут требуется на их прочтение, сервис «Нет времени читать?», предлагающий отправку материала на электронную почту или файлообменник.

В Сети находим массу примеров, когда даже не дочитавшие до конца по причине внушительного размера лонгрид люди делятся ссылками на него, сохраняют в закладках, комментируют (а в комментариях отмечают, что не дочитали). Поэтому текстовая часть – основа и главный видообразующий признак лонгрида. В этой связи работе над текстом отводится самое серьезное внимание. «Не тот лонгрид плох, в котором недостаточно мультимедийного контента, но тот, в котором мультимедиа в избытке, а содержательности нет» [2], – авторитетное мнение и своеобразное руководство для исполнителей.

Студентам первого курса направления подготовки «Медиакоммуникации» в рамках учебной практики (по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) было дано задание создать лонгрид по пройденной части базового курса «Теория и история медиакоммуникаций», предварительно подготовив текст для одноименной научной статьи. Планировалось достичь сразу нескольких целей: закрепить изученный в течение семестра учебный материал, познакомить с современными практиками создания медиаресурсов, заложить основы научно-исследовательского труда студентов, приобщить их к написанию научных текстов, способствовать развитию творческой составляющей личности, поскольку будущая профессия предполагает акцентирование креативного компонента. Разумеется, студенты были предварительно введены в «теорию вопроса», ознакомлены с жанром лонгрида, лучшими зарубежными и отечественными образцами, в т. ч. проектами «Lenta.ru», «ТАСС». Лонгрид было предложено сделать в конструкторе Tilda Publishing, как наиболее соответствующем запросам студенческой аудитории: бесплатное использование, русскоязычный интерфейс. Хотя созданные на данной специализированной платформе лонгриды бесплатно размещаются на ней только полгода, потом за хостинг нужно платить.

Включение в лонгрид авторского текста с высокой степенью оригинальности – дань требованиям, предъявляемым к любой публикации, а лонгрид важно не просто создать, но и опубликовать в сети Интернет, сделав доступным миллионам пользователей. Конечно, для современных медиапродуктов самоценны авторская подача, индивидуальный стиль, броский заголовок, уникальный контент и, желательно, неповторимый формат контента. Только так сегодня можно заинтересовать искушенную публику. Всего этого сложно ожидать от

научного дебюта первокурсника. Но без пробы пера невозможны дальнейшие свершения покорителей медиaproстранства.

Таким образом, к моменту регистрации на сервисе Tilda Publishing у студентов был отредактированный авторский текст, готовый к опубликованию в студенческих научных изданиях (печатных и электронных), и набор иллюстраций к нему – авторских фото, а также изображений, находящихся в свободном доступе. В этом смысле выбор в качестве основы лонгрида научного текста представляется перспективным решением, поскольку такой текст можно использовать шире: трансформировать в научную статью и опубликовать в соответствующих журналах и сборниках. К тому же навыки написания такого текста у студентов национального исследовательского университета важно сформировать как можно раньше.

Преобразование материала научного характера в лонгрид также является положительным моментом. Во-первых, студенты, работая над текстом, сразу подбирают к нему визуальный ряд, благодаря чему изложенное лучше запоминается, обретает для них дополнительное значение и максимально приближенное к личному восприятию очертание. Конструируя лонгрид, нанизывая на каркас текстовые блоки и изображения, продумывая дизайн, его создатель воспринимает материал объемно, не ограничивая воображение плоскостью листа бумаги. Лонгрид мультимедиаен: каждый элемент имеет самостоятельное значение и все вместе создают неповторимый образ. Во-вторых, навыки, приобретаемые в процессе подготовки научного материала, требующего особой тщательности, скрупулезности, ответственности, необходимы медиааналитику, и важно как можно раньше начать их формирование. Создание лонгрида требует от автора серьезного погружения в тему, свободного владения материалом, точности и заинтересованности, что сродни подходу исследователя, упорно работающего в выбранном направлении. В-третьих, научный текст благодаря иллюстративным элементам и «модному» формату лонгрида, а также неограниченному доступу к нему широкой аудитории популяризируется. И хотя он не становится научно-популярным, но вызывает больший интерес и легче воспринимается.

При создании лонгрида студенты столкнулись с двумя серьезными проблемами. Обе касаются текстовой части ресурса. Во-первых, первокурсникам было сложно написать научный текст объемом 4–5 страниц. Многие студенты не справились с этой задачей. Школьная практика по написанию эссе и мини-сочинений сыграла свою роль. Во-вторых, затруднение вызвало создание текста высокой степени оригинальности – порог в 70% также удалось преодолеть не всем. Большую роль сыграла привычка студентов использовать готовую информацию, быстро находимую в сети Интернет, а не генерировать ее

самостоятельно. Следует отметить и низкую культуру цитирования при подготовке материалов: неумение грамотно оформлять ссылки на источники и непонимание необходимости правильно это делать.

С мультимедийной частью, напротив, студенты успешно справились, хотя цели сделать задание сложным в этом плане не было, требовалось задействование самых простых инструментов: загрузка изображений и/или видео, освоение конструктора (работа с шаблонами для текста и визуального контента).

В результате получились оригинальные работы, размещенные в свободном доступе в сети Интернет. Ссылки на некоторые из них:

1. <http://project1483527.tilda.ws>;
2. <http://videobloggerstvo.tilda.ws>;

Таким образом, лонгрид – универсальное решение для вступающих на научную стезю молодых исследователей, увлеченных компьютерными технологиями. Задействование в процессе подготовки научных материалов формата лонгрида можно считать методическим приемом, который можно апробировать на студентах разных направлений подготовки в целях повышения их интереса к научной деятельности. Освоение конструктора Tilda Publishing, не требующего знаний по программированию, будет полезно желающим создать свою персональную страницу в Сети или страницу какого-либо проекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Обухов Н. 35 лонгридов с отличным дизайном [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.tilda.cc/longreads> (дата обращения: 19.08.2019).
2. Войтович М. Лонгрид о лонгридах [Электронный ресурс] // TexTerra. – 2016. – 28 дек. – Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/longrid-o-longridakh.html> (дата обращения: 19.08.2019).
3. Как создать мультимедийный лонгрид [Электронный ресурс] // Блог Всеволода Пули. – 2015. – 18 февр. – Режим доступа: <http://new-media.livejournal.com/124219.html> (дата обращения: 19.08.2019).
4. Классификация лонгридов с описаниями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pr-copywriting.ru/klassifikatsiya-longridov> (дата обращения: 19.08.2019).