

## Лонгриды снова вернулись в строй

12.03.2018

Эпоха интернета и социальных сетей внесла немалые коррективы в жизнь средств массовой информации. До 2014 года ходило в быту убеждение, что длинные тексты всем надоели и их никто не читает, что нужно делать короткие посты или писать заметки до 500 слов, не более. В пользу этого выступали британские ученые, утверждавшие об изменениях в процессе мышления современного человека, и это факт. Из-за объемных и множественных информационных потоков люди, не имевшие привычки жить в море информации, анализировать и отбирать, стали меньше читать. Это и вызвало спрос на короткие тексты, где даются сухие факты.

Однако все стало возвращаться на свои места - длинные тексты снова вернулись в строй в 2014 году, когда компания «Newswhip» провела исследование популярных новостных материалов. По итогам этого исследования интернет-пользователи чаще читают короткие новости объемом до 500 слов и длинные, объем которых превышает 1200 слов, то есть те самые лонгриды.

*Лонгрид (от англ. longread – долгое чтение) – материал, предназначенный для длительного чтения, размещаемый на просторах интернета, при создании которого авторы ищут особые подходы к освещению выбранной ими темы и придерживаются требований к способам подачи и качеству информации.*

### Из истории

Многие считают, что лонгриды – явление новое, но делают это по ошибке и за незнанием истории. Длинные материалы писались журналистами еще до появления интернета, те же журналистские расследования или очерки, или любые другие жанры журналистского текста, которые находятся на грани между художественной формой и констатации факта. Только публиковались они не на сайтах и в социальных сетях, а в печатных газетах и журналах.

Первый лонгрид, покоровший сердца читателей – мультимедийный проект газеты The New York Times «Snow Fall», который был опубликован в 2012 году. Главным отличием, определившим данный материал как лонгрид, стала публикация полной статьи на отдельной странице, части которой совмещались с помощью эффекта «параллакс».

Кроме того, к классическим представителям лонгридов относят статью «Почему я купил дом в Детройте за 500 долларов», опубликованную в 2014 году Дрю Филиппом участником BuzzFeed, интерактивный материал «NSA Files: Decoded» опубликованный в газете The Guardian, статья «Killing Kennedy» в National Geographic, спецпроект «Вежливые люди», выпущенный «Медузой».

### Вернулись? И славно!

Возвращение длинных текстов – это замечательная тенденция, по которой можно судить, что аудитория вновь нашла в себе силы жить в безумном темпе, где со всех сторон летит информация. Аудитория научилась справляться с этими потоками, научилась отсеивать «ненужный» контент и не обращать внимание на «пустые» посты в социальных сетях. Читателям стало вновь интересно погружаться в материал и осмысливать то, о чем написано. Им интересны не однобокие изъяснения, а всестороннее рассмотрение проблемы и поиски путей решений. Им интересны не сухие и голые факты, а полноценные истории, которые не только расскажут им о происходящем, но и поспособствуют их развитию.

*Миф: лонгрид – это скучно и неинтересно. Чтобы не говорили, их читать никто не станет.*

Лонгриды способны увлечь внимание читателей, доносить им информацию во всей полноте. Как перспектива, если в вашем издании работают хорошие авторы, то после прочтения их работ, возрастет вероятность того, что аудитория будет возвращаться на ваш ресурс.

Поскольку короткие заметки на страницах новостных ресурсов и в пабликах уже не оправдывают надежд, ранее возложенных на них, лонгриды начали набирать большую популярность в СМИ, теперь длинные тексты вы можете увидеть и на сайтах газет, телекомпаний, радиостанций, и даже на страницах социальных сетей.

Это связано с тем, что в наши дни информация стала довольно быстро терять свою актуальность. В итоге: первый – не значит победитель. Первый, кто опубликовал новость, так и не успевает воспользоваться своим преимуществом, потому что конкуренты, как змеи начинают распространять информацию по своим каналам, а это уводит потенциальную аудиторию от вашего ресурса. Как исправить ситуацию? Не бегите за скоростью, пишите полные тексты, где будут не только факты, а вся история целиком – теперь людям вновь интересно это.

### Два вида

Напомним вам, что лонгрид – это статья, которая содержит более 1200 слов. Это и есть первый вид. Вы можете написать просто большую информативную статью и опубликовать ее. Лонгрид готов!

Однако настало время использовать все возможности. Второй вид лонгридов – мультимедийный, который отличается тем, что сухой текст разбавляется какими-либо графическими или иллюстративными изображениями, видео или аудио контентом, вставками презентаций или выносятся факты и цитаты, имеющие особое значение. Все это помогает лучше раскрыть ваш материал и сделать его более удобочитаемым и наглядным.

Конечно, в одиночку не так легко создать мультимедийный лонгрид и, обычно, над ним трудиться целая команда, но что мешает и вам, коль уж тенденции конвергентной журналистики все больше и больше набирают популярность.

### **На заметку**

Если вы все-таки решили взяться за создание лонгрида, то дадим вам несколько полезных советов, которые помогут при работе.

1. Определите вашу аудиторию и подумайте, о чем ей будет интересно читать.
2. Выбрали тему? Отлично! Идем дальше. Подумайте о том, как осветить ее так, чтобы это не походило на другие материалы, которые уже писали об этом.
3. Не поленитесь и составьте план будущей статьи. Это сыграет вам на руку не только при написании самого текста, но и при сборе информации, и с планированием вашего рабочего времени.
4. Если вы работаете не в одиночку, то организуйте процесс так, чтобы все были при деле на каждом этапе работы.
5. Помните, что количество не есть качество, а качество важнее количества.
6. Собирая окончательный материал, старайтесь придерживаться плана, тогда сохраниться логическая структура, и вы сами не закопаете себя в том, что удалось найти.

**Пишите, пробуйте, экспериментируйте - будущее за вами!**

---

Адрес страницы: <http://centrprof.dtoiv.mos.ru/projects/special-correspondent/detail/7192598.html>

---

["ГБУ Городской центр профессионального развития"](#)