

Эволюция языка СМИ в цифровых лонгридах

Научный руководитель – Кацюба Лариса Борисовна

Жибина Вероника Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт общественных наук, Москва, Россия

E-mail: veronikazhibinova@yandex.ru

Современная журналистика переживает период глубинной трансформации, вызванной в первую очередь повсеместной цифровизацией информационного пространства. Все чаще поднимается вопрос о так называемых новых медиа, к которым относят высокотехнологичные интерактивные интернет-медиа, обладающие потенциалом гипермедийности и мобильного доступа к контенту [3, с.93]. Одним из наиболее репрезентативных форматов, возникших на стыке этих процессов, стал мультимедийный лонгрид – метод создания конвергентного журналистского материала, включающего аудио-, видео-, фото-, интерактивные и гипертекстуальные элементы [4, с.103]. Его появление знаменует собой не просто техническое усложнение журналистского продукта, но и фундаментальную эволюцию языка СМИ, который сегодня функционирует в условиях конвергентной редакции. Целью работы стало выявление ключевых стилистических особенностей изменения в медиатекстах, характерных для цифровых лонгридов.

Использование журналистами такого формата, как лонгрид обусловлено тем, что издания стремятся выделиться из общей массы, заинтересовать своего читателя [1, с. 134]. Считается, что главная характеристика лонгрида сегодня - не объем текста, а гармоничное соединение мультимедийных элементов, где последние выступают не иллюстрацией, а равноправной частью повествования. Это позволяет говорить о лонгриде как о синтетическом медиатексте, главной функцией которого становится не только информирование, но и целенаправленное воздействие на аудиторию.

Эволюция языка СМИ в лонгридах проявляется в изменении роли текста. Если в традиционных СМИ текст был самодостаточен, то в мультимедийной истории он часто выполняет функцию «якоря», вокруг которого выстраиваются интерактивные и визуальные элементы. Как отмечают исследователи, здесь обнаруживается связь с «рассказыванием историй» (storytelling) - методом последовательного изложения истории, создающим в итоге эффект вовлеченности, сиюминутности и причастности к описываемому событию у читателя / зрителя [2, с.7].

Проведенный анализ трех российских лонгридов позволяет конкретизировать эти теоретические положения. Проект ТАСС «Меркатор. О дивный плоский мир» демонстрирует, как язык СМИ адаптируется для объяснения сложных историко-географических тем. Текст здесь фрагментирован и подчинен визуальному ряду: исторические факты подаются краткими блоками, привязанными к интерактивным точкам на карте. Стилистически текст балансирует между научно-популярным («Географические карты — зеркало человеческого знания») и разговорным дискурсами («Здесь живут чудовища»), что облегчает восприятие большого объема информации. [7]

В лонгриде «День, когда кончилась война. Хроника событий весны 1945 года и воспоминания очевидцев» от издания «Коммерсантъ» через подбор фотографий, документов и писем формируется определенный эмоциональный и идеологический образ прошлого. Язык материала отличается высокой степенью документальности, однако содержит прямые цитирования и эмоционально окрашенные фразы, а мультимедийные элементы (ви-

деохроника, аудиозаписи) в свою очередь берут на себя основную эмоциональную нагрузку, в итоге делая текст связующим, но не доминирующим элементом.[5]

Проект The Blueprint «Золотой “Щелкунчик”» ярко показывает внедрение в язык СМИ элементов «журналистики данных». Текст здесь ближе к научному в связи с обилием цифр – комментарии к инфографике. В связи с этим текст становится своеобразной инструкцией к прочтению данных. [6]

Таким образом, стилистика цифровых лонгридов эволюционирует в сторону функциональной гибридности, где текст утрачивает доминирующую роль и перестраивается для работы в нелинейном мультимедийном пространстве. Эта трансформация проявляется в дискурсивной подвижности (балансирование между научно-популярным и разговорным стилями для адаптации сложных тем), эмоциональной рецессии (передача основной воздействующей функции визуальным и аудиорядам при сохранении за текстом роли фактологического каркаса) и инструментализации языка. В результате текст сегодня из самодостаточного монолога превращается в организующий элемент повествования, обеспечивающий связность разнородного контента.

Источники и литература

- 1) Киселева Е.И., Сивкова А.В. Лонгрид как новый формат онлайн-журналистики // КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ. Материалы Всероссийской (23 ежегодной) молодежной научно-практической конференции. – Иркутск: Общество с ограниченной ответственностью «ЦентрНаучСервис». – С. 134–136.
- 2) Назайкин А.Н. СТОРИТЕЛЛИНГ В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ // РРРИМРА. – 2022. – № 26-27. – С.5–15.
- 3) Новичихина М.Е., Самойленко Н.С. Новые медиа и новые функции медиатекста: к вопросу о трансформации современной журналистики // Верхневолжский филологический вестник. – 2020. – № 2 (21). – С.92–99.
- 4) Шпилёва Д.В. Лонгрид как актуальный журналистский метод подачи информации / Медиасреда – Челябинск: Челябинский государственный университет. – 2019. – № 15. – С.103–107.
- 5) День, когда кончилась война. Хроника событий весны 1945 года и воспоминания очевидцев [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. – URL: <https://www.kommersant.ru/projects/9may> (дата обращения: 01.03.2026).
- 6) Золотой «Щелкунчик» [Электронный ресурс] // The Blueprint. – URL: <https://theblueprint.ru/culture/theatre/ticket-prices> (дата обращения: 01.03.2026).
- 7) Меркатор. О дивный плоский мир [Электронный ресурс] // ТАСС. – URL: <https://merkator.tass.ru/karty-srednevekovya> (дата обращения: 01.03.2026).