

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)


Факультет филологический

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика

Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная журналистика

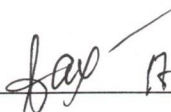
ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
Зав. кафедрой

  
Е.Г. Иващенко  
« 21 » 06 2021 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

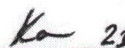
на тему: Мультимедийные проекты в практике современных СМИ (на примере интернет-издания «Медуза»)

Исполнитель  
студент группы 790-об

  
17.06.2021  
(подпись, дата)


А.С. Фахрутдинова

Руководитель  
доцент, канд.филос.наук

  
21.06.2021  
(подпись, дата)

Н.В. Калинина

Нормоконтроль

  
18.06.2021  
(подпись, дата)

А.Г. Сайфулина


Благовещенск 2021

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический  
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

  
\_\_\_\_\_ Е.Г. Иващенко  
подпись И.О. Фамилия

« 15 » 05 2021 г.

**ЗАДАНИЕ**

К выпускной квалификационной работе студента Фахрутдиновой Анастасии Сергеевны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Мультимедийные проекты в практике современных СМИ (на примере интернет-издания «Медуза»)

(утверждена приказом от 15.06.2021 № 1220-ур)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта): 15.06.2021

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: \_\_\_\_\_

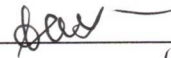
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1. Мультимедийные проекты как явление в современных интернет СМИ. 2. Возможности создания мультимедийных проектов

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) \_\_\_\_\_

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) \_\_\_\_\_

7. Дата выдачи задания 15.05.2021

Руководитель выпускной квалификационной работы: Калинина Н. В., канд филол. наук).  
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): \_\_\_\_\_   
(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 62 с. и 76 источников.

### МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА, ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА, ЛОНГРИД, МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ПРОЕКТ

В работе исследованы цифровые инструменты, используемые в работе современного журналиста.

**Целью работы** является изучение медиа-изданий с позиции использования цифровых инструментов в создании мультимедийных историй.

Цель требует решения следующих **задач**:

- изучение трендов создания мультимедийных проектов;
- изучение цифровых инструментов для создания мультимедийных проектов;
- изучение технологии создания мультимедийной истории;
- анализ интернет-издания «Медуза»;
- анализ применения цифровых инструментов в материалах на примере интернет-издания «Медуза».

Данное направление стало развиваться относительно недавно и, в связи с этим, научных работ на подобные темы довольно мало. Теоретическая основа исследования основывается на отечественные и зарубежные научные работы. В вопросе визуального восприятия, типографики и цвета были рассмотрены работы Р. Арнхейма, С. И. Галкина, Т. Самары, Дж. Феличи. О специфике жанров средств массовой информации были использованы работы А. А. Тертычного, С. П. Суворовой, а также изучены исследования посвященные дизайну веб-среды Дж. Гарретта, А. А. Беляева, Д. М. Кирсанова, Д. Ю. Кульчицкой, Отдельное внимание было обращено на особенности мультимедийной журналистики, рассмотренные в трудах Е. А. Барановой, М. М. Лукиной, Е. В. Олешко.

Новизна исследования заключается в малой изученности темы.

Результаты исследования могут быть использованы в дальнейшем изучении мультимедийных проектов в СМИ. Помимо этого, результаты исследования могут быть использованы в деятельности практикующих журналистов, а также предоставляет возможность дальнейшего использования данного исследования в преподавании таких журналистских дисциплин, как «Интернет-журналистика», «Техника и технологии СМИ», «Журналистское мастерство».

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Мультимедийные проекты как явление в современных интернет СМИ	9
1.1 Тренды создания мультимедийных проектов	9
1.2 Цифровые инструменты для создания мультимедийных проектов	16
1.3 Технология создания мультимедийной истории	30
2 Возможности создания мультимедийных проектов	39
2.1 Анализ интернет-издания «Meduza»	39
2.2 Анализ применения цифровых инструментов в материалах на примере интернет издания «Медуза»	43
Заключение	53
Библиографический список	55

## ВВЕДЕНИЕ

Журналистское пространство, благодаря развитию технологий, стремительно меняется. Традиционные каналы трансляции научного знания, такие как периодические издания, радио и телевидение востребованы и сегодня, поскольку, пытаясь не уйти с медиа арены, стараются использовать все современные технологии передачи информации. Однако, несмотря на эти старания, именно Интернет завоевывает все большее расположение и интерес со стороны аудитории, поскольку соединяет в себе весь спектр технологических возможностей, которые привлекают и заинтересовывают аудиторию в целях просвещения.

В последние годы медиасреда начала стремительно расширяться и развиваться, наполняясь различными медиа ресурсами. Это, в свою очередь, привлекает читателей в онлайн, а также отражает тенденцию на повышение спроса интернет-аудитории на получение новых знаний и расширение кругозора. Научно-популярная журналистика в Интернете функционирует в том числе посредством мультимедийных проектов, которые для привлечения большей аудитории и желая выделиться на фоне конкурентов, используют самые разнообразные сочетания видео-, аудио-, фото- и текстового контента. И здесь становится важным, безусловно, не количество, а качество, ведь для того, чтобы быть и интересным, и полезным одновременно, подобным проектам нужно кроме качественного контента иметь простую и понятную для пользователя внутреннюю и внешнюю организацию. То, как мультимедийный контент влияет на структуру и общий вид научно-популярных проектов в Сети, является важнейшим аспектом успеха, поэтому изучение этого влияния является основой для реализации этого успеха, а также дальнейшего функционирования и развития подобных мультимедийных проектов.

**Актуальность исследования** заключается в возросшей популярности новых форм сетевых проектов мультимедийного формата у читательской аудитории.

**Эмпирической базой исследования** послужило интернет-издание «Лента.ру», а также интернет-издание Meduza.

**Целью работы** является изучение медиа-изданий с позиции использования цифровых инструментов в создании мультимедийных историй.

Цель требует решения следующих **задач**:

- изучение трендов создания мультимедийных проектов;
- изучение цифровых инструментов для создания мультимедийных проектов;
- изучение технологии создания мультимедийной истории;
- анализ интернет-издания «Медуза»;
- анализ применения цифровых инструментов в материалах на примере интернет-издания «Медуза».

**Объектом исследования** являются цифровые инструменты в интернет-изданиях.

**Предметом исследования** являются особенности цифровых инструментов создания мультимедийных проектов.

**Методы исследования, использованные в ходе работы:** эмпирические (наблюдение, описание, создание проекта) и теоретические (анализ, синтез, классификация, обобщение).

**Степень научной разработанности темы.** Данное направление стало развиваться относительно недавно и, в связи с этим, научных работ на подобные темы довольно мало. Теоретическая основа исследования основывается на отечественные и зарубежные научные работы. В вопросе визуального восприятия, типографики и цвета были рассмотрены работы Р. Арнхейма, С. И. Галкина, Т. Самары, Дж. Феличи. О специфике жанров средств массовой информации были использованы работы А. А. Тертычного, С. П. Суворовой, а также изучены исследования посвященные дизайну веб-среды Дж. Гарретта, А. А. Беляева, Д. М. Кирсанова, Д. Ю. Кульчицкой, Отдельное внимание было обращено на особенности мультимедийной журналистики, рассмотренные в трудах Е. А. Барановой, М. М. Лукиной, Е. В. Олешко.

**Новизна исследования** заключается в малой изученности темы.

**Теоретическая значимость работы** – результаты исследования могут быть использованы в дальнейшем изучении мультимедийных проектов в СМИ.

**Практическая значимость** результаты исследования могут быть использованы в деятельности практикующих журналистов, а также предоставляет возможность дальнейшего использования данного исследования в преподавании таких журналистских дисциплин, как «Интернет-журналистика», «Техника и технологии СМИ», «Журналистское мастерство».



# 1 МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ПРОЕКТЫ КАК ЯВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ СМИ

## 1.1 Актуальные инструменты для создания мультимедийных проектов

За последние 30 лет современный мир сильно изменился в плане коммуникационных и IT-технологий. Начиная с дошкольного возраста человек погружен в эту среду, нас повсюду окружает интернет. И это, пожалуй, одно из главных изобретений человечества.

По прогнозу одной из крупнейших в мире компаний, специализирующихся в области высоких технологий «Cisco Annual Internet Report» уже через пару лет число пользователей интернета в мире будет составлять 5,3 млрд, что приходится на 66% населения планеты. «Нынешняя ситуация с пандемией послужила толчком для роста числа пользователей интернета, ведь именно в это время люди стали больше работать удаленно, – сообщает Андрей Кузьмич, директор по технологиям Cisco в России и СНГ. – Также активно интернетом стало пользоваться и более старшее поколение. Люди ощутили все преимущества и удобства и стали чаще выходить в сеть»<sup>1</sup>.

Статистика говорит сама за себя и современные СМИ не только не могут обходить такие процессы стороной, но и активно ими пользуются. Благодаря активному внедрению интернета в сферу журналистики, интернет издания приобрели новые особенности, выделяющие их из всей медиасистемы<sup>2</sup>.

Однако некоторые журналисты всё ещё задаются вопросом «почему же мне нужно уметь программировать?». Корреспонденты интернет-издания «Важные истории» поделились своим опытом по данной теме на YouTube-канале «Мастерская Важных историй». Главный редактор медиа Роман Анин рассказал о том, как готовил материал о кражах денег на государственных кон-

---

<sup>1</sup> Эксперты рассказали, как пандемия меняет Рунет // ТАСС. 07.04.2020. URL:<https://tass.ru/obschestvo/8176605> (дата обращения: 20.05.2021).

<sup>2</sup> Круглова Л. А. Российские газеты на платформе YouTube: опыт взаимодействия // Медиаскоп. Вып. 3. 2020. URL:<http://www.mediascope.ru/2642>. (дата обращения: 20.05.2021).

трактах. Для этого ему вручную приходилось сверять данные с большого количества различных сайтов. На это уходило много времени и делать это систематически не представлялось возможным из-за чего очень часто некоторые детали упускались из виду. Тогда Роман написал код на специальном языке программирования Python, который самостоятельно собирает всю нужную информацию и анализирует полученные данные, а после присылает письмо с результатами проделанной работы на электронную почту.

Журналист Соня Савина поделилась историей о создании большого мультимедийного проекта – карты регионов с явкой и результатами выборов президента, которая автоматически и постоянно обновляется. Для этого был написан специальный скрипт, который каждые десять минут собирал данные с сайта ЦИК и отображал всегда актуальную информацию. Это позволило заменить целый штат сотрудников и избавиться от монотонной работы. По такому же принципу был разработан и следующий проект про Сергея Собянина, победившего на выборах мэра Москвы. Был написан код, который собрал больше тысячи комментариев в социальных сетях по хештегу «#ЗаСобянина» и разработчики заметили, что больше всего положительных комментариев было оставлено сотрудниками его избирательного штаба.

Также хорошим примером может послужить история Иры Долининой, которая совместно с Алесей Мараховской решила узнать, как часто российские чиновники переходят с одного места работы на другое группами. Такая система «кумовства» в России очень распространена, что и становится причиной коррупции. Вручную была разобрана казанская «команда» заместителя председателя правительства РФ Марата Хусуллина. Почти полсотни его бывших коллег и земляков перебрались вслед за ним из Татарстана в стройкомплекс Москвы. На данном этапе подготовки материала стало понятно, что на сбор и проверку информации вручную будет потрачено слишком много времени. Тогда был написан код на Python, который проанализировал тысячи деклараций чиновников, где указаны их места работы и быстро нашел такие группы мигрантов. По-

сле этого оставалось только выбрать самые интересные факты и написать материал<sup>3</sup>.

Таким образом, обработка с помощью кода позволяет увидеть то, что не замечает человеческий глаз. Это отлично отображает тот факт, что навыки программирования для современного журналиста не менее важны, как и другие основные компетенции и могут помочь не только с привлечением аудитории, создать красивую и всегда актуальную визуализацию, но и ускорить работу.

Если говорить о технических трендах создания мультимедийного проекта, то можно выделить несколько основных приемов.

Потеря интереса к новостям. В современном мире наступило перенасыщение информацией, теперь аудитория самостоятельно выбирает удобный канал и формат получения новостей. Так, интернет-издание «МБН 360» выкладывает всего по 4-7 самых важных новости за день на сайт и по 3-4 в свои социальные сети. Это позволяет читателям за один раз узнать всё, что их интересует. Также в своем инстаграм-аккаунте они используют такую функцию социальной сети, как «карусель», что позволяет им выкладывать до десяти роликов за один пост.

Большая популярность сторителлинга. Обезличенной подаче фактов аудитория стала предпочитать более эмоциональный и живой рассказ истории.

Простые новости для простых людей. В современном ритме жизни у обычного человека, не владеющего специализированной или узконаправленной информацией нет времени читать длинные статьи или книги. В таких ситуациях действенным приемом становятся карточки «вопрос – ответ».

Преобладание видео и аудио контента над текстовым. Такие элементы невербального общения, как мимика, жестикация и интонация вызывает у потребителя более доверительное отношение к корреспонденту, чем напечатанный текст, а также помогает пользователю легче усвоить полученную ин-

---

<sup>3</sup> Зачем журналистам программирование? // YouTube. 25.12.2019. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=CrwRKsh5Y\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=CrwRKsh5Y_A). (дата обращения: 23.05.2021).

формацию. Помимо этого, пользователь может получить интересующие его новости не отвлекаясь от своих повседневных дел<sup>4</sup>.

Также, об актуальные тенденциях на 2020 рассказали заведующая кафедрой цифровых медиакоммуникаций Института «Высшая школа журналистики» СПбГУ Камилла Нигматуллина, главный редактор Russia Beyond Всеволод Пуля и эксперт MediaToolBox.ru, доцент кафедры ТРИТ Института массмедиа и рекламы РГГУ Макс Корнев в журнале «Журналист».

Осознание специфики используемой платформы. Самыми популярными площадками на 2021 год являются Ютуб, Тик Ток и Инстаграм. Любому СМИ для успешного развития своего блога важно адаптировать свою информацию в привычный для пользователей формат с учетом их возрастных и иных особенностей. Так, например, для Тик Тока, в основном, характерны короткие ролики с юмористическим оттенком и наложением на них музыки или звуков, которые находятся «в тренде» на момент выхода данного ролика. Для Инстаграма характерны потсы «фото (или видео) + текст». В Ютубе большей популярностью пользуются большие аналитические шоу, обзоревающие видео, интервью. У каждой соцсети есть уже готовый шаблон, по которому и строится формат любого работающего в нем СМИ.

Политизация социальных сетей и карающие алгоритмы. Современные транснациональные корпорации, которые когда-то сами начинали с низов, теперь владеют огромной властью и к 2021 году проявляют полный контроль контента, выпускающегося на различных медиаплощадках. Мультимедийные платформы, которые изначально создавались как альтернатива государственным каналам распространения информации, теперь уже сложно назвать нейтральными. Помимо этого, все эти цифровые пространства по-прежнему остаются уязвимы для так называемых кибервойск, которые используют особенности и лазейки в алгоритмах, чтобы продвигать свою ангажированную повестку. Это также приводит к возросшему контролю деятельности в медиапро-

---

<sup>4</sup> Молостцова О. В. Особенности интернет сети, как информационно-коммуникативной среды // StudNet. 2021 URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-internet-seti-kak-informatsionno-kommunikativnoy-sredy>. (дата обращения: 23.05.2021).

странствах и национализации интернета. Подобный закон уже есть в России и вступил в силу 1 ноября 2019 года.

Осознанное пребывание в медиапространстве. Современный человек становится просветлённее и начинает активнее ледить за своим изическим и ментальным здоровьем. В связи с этим появляется такое понятие, как «цифровой детокс» – временный добровольный отказ от использования цифровых устройств с целью снятия стресса, погружения в реальное общение, творчество или работу. В мультимедийной среде возникает такое явление, активно используемое на западе, а в России пока только набирающее обороты, как «slow news» или «медленные новости».<sup>5</sup> Медленные новости не о «замедлении», а о тщательной проработке материала. Одной из отличительных черт медленных новостей стал метод открытых обсуждений именно на этапе планирования материала. Похожую технику использует Медуза – часто на их профиле в Инстаграм выходит специальный пост с повесткой предстоящей новости и аудитории предлагается обсудить ее в комментариях. После этого выходит полноценный материал с самыми интересными и/или обобщающими комментариями от читателей<sup>6</sup>.

На 2021 год мультимедийные истории остаются самой яркой и востребованной формой подачи материала. Они обладают отличительными жанровыми особенностями:

- **дробность.** Материалы подаются отдельными смысловыми блоками, разделяющимися фото-, видео-, аудио- или любым другим контентом, а не сплошным потоком текста;

- в истории обязательно присутствует повествование от первого лица;

---

<sup>5</sup> Нигматуллина К. Р. Тренды новых медиа-2020 // Журналист: журнал. 30.12.2020. URL: <https://jrnlst.ru/trends2020>. (дата обращения: 28.05.2021).

<sup>6</sup> Романова А. Н. Тише едешь, дальше будешь: что такое slow news // Журналист: журнал 24.12.2019. URL: <https://jrnlst.ru/slow-news>. (дата обращения: 28.05.2021).

- близость к художественной публицистике: никаких перевернутых пирамид – текст написан, как несколько объединенных чем-либо историй. В противном случае, читать материалы такого объема никто не будет<sup>7</sup>.

Также стоит подчеркнуть, что средства мультимедийных технологий подразделяют на два класса. Они основаны на взаимодействии и на их применении. Так, мультимедиа может быть:

- линейным;
- нелинейным.

Линейное мультимедиа – простейшая форма представления множества элементов мультимедиа, когда пользователь может выполнять только пассивный просмотр элементов мультимедиа, а последовательность просмотра элементов мультимедиа определяется сценарием. Аналогом может служить, например, кино: когда человек, просматривающий данный документ никаким образом не может повлиять на его вывод.

Нелинейное (интерактивное) мультимедиа – форма представления множества элементов мультимедиа, в которой пользователю предоставлена возможность выбора и управления элементами. В этом случае человек участвовать в выводе информации, взаимодействуя каким-либо образом со средством отображения мультимедийных данных. Участие человека в данном процессе также называется «интерактивностью», а сам нелинейный способ представления мультимедийных данных иногда называется «гипермедиа»<sup>8</sup>.

Благодаря интеграции различных медиа-площадок образуются новые журналистские жанры. Выделяют такие группы жанров, как: текстовые, мультимедийные и синтетические. Под текстовыми жанрами подразумеваются все жанры традиционных печатных СМИ.

---

<sup>7</sup> Коломийцева Е. Ю. Актуальные тренды развития новых медиа // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-trendy-razvitiya-novyh-media>. (дата обращения: 19.04.2021).

<sup>8</sup> Там же.

Мультимедийные жанры можно разделить на подкатегории: иллюстративные, аудиальные и видеожанры. Иллюстративные жанры можно разделить на группы.

Статичная иллюстрация:

- фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи;
- слайд-шоу;
- инфографика.

Аудиальные жанры подразделяются на:

- подкаст;
- аудиоиллюстрация;
- аудиосюжет.

Видеожанры разделяются на:

- видеоиллюстрация;
- видеосюжет (полноценный сюжет, по структуре идентичный телевизионному);
- ток-шоу.<sup>9</sup>

Синтетические жанры – это те, что содержат в себе сразу несколько мультимедийных площадок.<sup>10</sup> К данной группе жанров относят:

- аудиослайд-шоу – это слайд-шоу, состоящее из фотографий, инфографики, графических изображений, сопровождающееся музыкой, интершумом и др.);
- интерактивная видеоколонка – это видео со вставленными в него ссылками на другие мультимедийные элементы;
- информационные игры;
- мультимедийная история – это «комбинация текста, фотографий, видеоклипов, аудио, графики и интерактивных элементов, которые представлены

---

<sup>9</sup> Симакова С. И. Мультимедийный сторителлинг - теоретическое осмысление // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyyu-storitelling-teoreticheskoe-osmyslenie>. (дата обращения: 15.05.2021).

<sup>10</sup> Там же.

на веб-сайте в нелинейной форме, причем элементы истории дополняют друг друга, а не являются избыточными»;<sup>11</sup>

- лонгрид – «это журналистское произведение, в основе которого заложен длинный текст и насыщенный аудиовизуальный ряд. Формат предполагает глубокое погружение читателя в тему, а также серьезную проработку журналистом большого количества источников по предмету исследования»<sup>12</sup>.

## **1.2 Инструменты мультимедийной журналистики. Сервисы для создания мультимедийных элементов**

В редакции, считающей себя мультимедийной, сотрудники должны не только уметь мультимедийно мыслить, но и уметь пользоваться базовым инструментарием. Это сервисы и приложения, которые помогут сделать материалы интерактивными, мультимедийными и разноформатными. На каждый жанр мультимедиа приходится десятки различных онлайн и оффлайн-инструментов. Эти сервисы ежедневно выручают журналистов, т.к. позволяют оперативно создать репортаж, статью или заметку с мультимедийными элементами.

### **Работа с фотографиями**

*Фотография* – самый привычный для нас мультимедийный элемент. Ещё с 1880 года она является неотъемлемой частью любой публикации, а в последствии и веб-страниц интернет-изданий. Безусловно, мастерству репортажной, документальной фотожурналистики нужно учиться годами, оттачивать мастерство на практике. Но в условиях медиаконвергенции каждый современный журналист должен уметь делать простые снимки – если не на профессиональную зеркальную камеру, то хотя бы на цифровой фотоаппарат или камеру смартфона и мгновенно передавать эти снимки и пояснения к ним через Интернет в редакцию.

Статичная иллюстрация в конвергентном СМИ выполняет практически те же функции, что и любая фотоиллюстрация в традиционном, – отражает суть происходящего, расширяет информацию, помогает выстроить визуальный ряд.

---

<sup>11</sup> Амзин А. А. Как новые медиа изменили журналистику. М., 2016. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/#base>. (дата обращения: 28.04.2021).

<sup>12</sup> Там же.



Всегда хорошо, если на месте события оказался журналист со смартфоном, в который встроена неплохая камера. В иных случаях приходится иллюстрировать заметку архивными кадрами, коллажем или различными вариантами «заглушек». Для поиска тематических «заглушек» можно воспользоваться **Google** (вводить запросы можно не только на русском, но и на английском языке), фотостоки (например, **Pexels.com**, **Unsplash** или **Pixabay.com**), сервисы для хранения фото **Flickr**, **Pinterest**.

Обычно «сырые» снимки со смартфона не пригодны для публикации на сайте, им нужна простейшая обработка – кадрирование, выравнивание, улучшение цвета и яркости. Несколько примеров программного обеспечения для ПК, позволяющие обрабатывать фото: **Adobe Lightroom**, **Adobe Photoshop** и его бесплатный аналог **GIMP**, онлайн-сервисы **Pixlr.com**, **Fotor.com**. Есть специальные мобильные приложения для обработки фото и создания коллажей – **Базарт**, **VSCO**, **Lightroom** для смартфона, **Snapseed** и другие.

*Фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи* – производные одного жанра – фоторассказа о событии. Это может быть фотоподборка, построенная по классическим канонам фоторепортажа, в которой события разворачиваются последовательно. Это может быть и микс разных иллюстраций, относящихся к общей теме. Фоторепортаж – это не набор фотографий, он должен давать представление о том, как выглядит событие, показывает лица участников события, показывает детали. В этом жанре по-разному может быть организована навигация: в одном случае пользователь листает картинку за картинкой, в другом – выбирает понравившуюся из превью. Фотолента может быть самостоятельным рассказом, в котором будут только «технические» подписи (кто, где, когда) или минимальные комментарии. Для создания фотогалереи используются сервисы **Picasa**, **Яндекс.Фотки**, **Flickr**.

*Слайд-шоу* отличается от фотоленты тем, что снимки перелистываются самостоятельно в режиме фотофильма. Снимки выставляются в сценарной последовательности. Может включать дополнительные интерактивные элементы, подписи к фотографиям. Слайд-шоу со звуком 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 просмотра. Технология аудио слайд-шоу уникальна тем, что, с одной стороны, дает эффект хроникального видеорепортажа, погружает в атмосферу места, заставляет сопереживать героям, а с другой – разрешает на несколько секунд задержаться на каждой фотографии, рассмотреть ее внимательно. Эта технология подходит для иллюстрирования репортажей, очерков, режиссуры – для новостей. Для создания слайд-шоу подходят сервисы **Яндекс.Фотки**, **Picasa**. Для создания аудио слайд-шоу используются: программа **SoundSlides**, интернет-сервисы **Animoto.com**, **Proshow**, **Magisto**. На данный момент слайд-шоу – одно из самых перспективных направлений фотоиллюстрирования в интернет-СМИ.

*Панорамная фотография* – это фотография, имеющая большой угол обзора. Часто на простых цифровых фотоаппаратах и смартфонах существует режим панорамной съемки – но для СМИ этот формат не подходит, поскольку это просто вытянутый по горизонтали снимок. Интерактивные 3D-панорамы позволяют полностью отобразить окружающее пространство с максимальным углом охвата и создают эффект присутствия. Сервисы, позволяющие создать 3D-панорамы с помощью смартфона: **Bubbli**, **Dermandar**, **Photosynth**, **SpinCam**. Использование панорамы актуально при освещении массовых событий, съемке объектов, помещений, пейзажей для передачи масштабности события.

*Интерактивное фото* – фотография, на которую нанесены особые «метки», при клике на которые всплывает текст. Раньше, в печатных СМИ, это выглядело так: на фотографию наносились цифры, а под фотографией печатали пояснения, например, «1 – механическая коробка передач, 2 – руль, 3 – ключ зажигания». Сегодня онлайн-СМИ могут размещать информацию прямо на фото. Это может быть не только текст, но и видео, ссылки, фотографии, статусы соцсетей. Сервис для создания интерактивных фотографий – **Thinglink**. Его мобильная версия позволяет создавать интерактивные фото даже на смартфоне.

Использование интерактивного фото будет уместным при создании памятки, инструкции, а также в случаях, когда с события есть только одно фото<sup>13</sup>.

### **Работа с графикой**

Способов графического представления информации в онлайн-СМИ множество. Все они выполняют не только информирующую, но и рекламную функцию – привлекают внимание читателя и удерживают его на странице. Новое дыхание в онлайн-СМИ получает традиционный жанр карикатуры. Также в сети популярны новые жанры интернет-эпохи – демотиваторы и интернет-мемы. Для их создания подойдут сервисы **Risovach.ru**, **Trollface.ru**. Часто карикатуры, комиксы, демотиваторы и мемы становятся вирусным контентом и массово распространяются в социальных сетях.

*Облако тегов* – способ графического представления массива текста. Например, с помощью этого сервиса можно визуально показать ключевые слова публичной речи политика, создать «выжимку» официального или исторического документа. Сервисы для создания такого «облака» – **Wordle.net**, **Tagxedo.com**, **Infamous.com**. Они позволяют менять цветовые темы, формировать слова в определенную фигуру, исключить ненужные слова (например, предлоги).

*Скриншот* – снимок экрана. Название предполагает публикацию статьи на основе скриншотов (снимков экрана) email- переписки, сообщений в социальных сетях, комментариев к предыдущим материалам. Лучше всего в жанре «журналистики скриншота» удаются горячие споры и дебаты. Формат позволяет сохранять не только орфографию и пунктуацию, но также аватар, геотег и прочие атрибуты оригинального сообщения. Рекомендуемые сервисы для снимка экрана – **PicPick**, **Upbyte**, **Joxi**.

Публикация документов может быть полезной в мультимедийном материале для доказательства существования документа, демонстрации изменений и противоречий в документе и т.д. Удобнее публиковать их через специальные

---

<sup>13</sup> Радионцева Е. С. Издания о фотожурналистике и фототворчестве: типологические особенности // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izdaniya-o-fotozhurnalistike-i-fototvorchestve-tipologicheskie-osobennosti>. (дата обращения: 06.04.2021).

сервисы **Scribd** и **Slideshare**, чем вставлять картинкой. Scribd – это онлайн-сервис для размещения, хранения и обмена документами. Он позволяет закачивать документы больших объемов – даже книги. Можно загружать файлы форматов: doc, docx, ppt, pptx, pps, xls,xlsx pdf, ps, odt, odp, sxw, sxi, etc, txt, rtf. Можно импортировать документы с Google docs. После закачивания документа, кодом можно его встроить на свой сайт. Готовый документ можно будет скачать в формате pdf. **Slideshare** – сервис для работы с документами и презентациями. Функции у него аналогичные **Scribd**. Эти сервисы можно использовать также и для публикации книг (или отрывков из книг), электронных версий газет и журналов.

*Интерактивная графика* – картинка либо скриншот карты, на котором нанесены интерактивные текстовые, видео-, фотометки, ссылки (см. «интерактивное фото»).

*Инфографика* – один из самых популярных иллюстративных жанров. Это визуальное представление данных в удобной форме, позволяющей наблюдателю быстро разобраться в представленной информации. Использовать инфографику очень удобно, когда нужно быстро, четко и эффективно объяснить данные, цифры, статистику, сложную информацию. Также инфографику применяют при визуализации цифр, создании инструкций, схем происшествий, результатов опросов. Инфографика может быть самостоятельным информационным материалом или частью сложной мультимедийной истории. Ценность инфографики состоит не только в визуальной подаче информации, но и в высокой ее концентрации.

Инфографика может быть статичной или динамической (анимированной). Также она может быть сложной, многосценарной, интерактивной. С помощью инфографики можно показать развитие события во времени и/или по территориям, сравнение с аналогичным событием, сравнение с аналогичным событием на другой территории, алгоритм поведения пользователя (инструкция), доли, соотношения, динамику изменения данных, предмет в разрезе и т.д.

Безусловно, темам инфографики и журналистики данных можно посвящать отдельное исследование. Конечно, сложные многосценарные инфографические проекты должна создавать отдельная команда, в которой обязательно должны быть журналист, продюсер, программист и дизайнер. Однако простую инфографику может создать любой журналист с помощью веб-сервисов **GoogleCharts, Infogr.am, Pictochart.com, Easel.ly**. Инфографику, изготовленную с помощью этих сервисов можно вставить на сайт в виде html-кода или картинкой.<sup>14</sup>

*Элементы картографии* – разновидность инфографики, весьма полезный инструмент для журналистов. С помощью картографических сервисов можно визуализировать различную информацию, привязанную к географическим координатам, например, маршруты, плотность чего-либо в определенной области, пометить объекты и т.д. Карты могут быть статичными (картинка) либо интерактивными. Интерактивные, на наш взгляд, более удобны, т.к. позволяют масштабировать карту, наносить всплывающие фото- и текстовые метки и т.д. Сервисов для работы с интерактивными картами множество – **Яндекс.Карты, GoogleMaps, ScribbleMaps, MapBox, CartoDB, ZeeMaps, myHistro, Meograph, StoryMapJS**.<sup>15</sup>

*Тайм-линии* (таймлайны) используют для подготовки мультимедийных материалов о событиях в хронологическом порядке. Они гораздо удобнее и компактнее, чем обычное текстовое описание, и позволяют использовать фото, видео, карты и ссылки на другие ресурсы. Преимущество тайм-линий – компактность. Даже самая длинная хроника займет в материале мало места – вся она поместится в одном окне. Все, что нужно – перемещать даты и события скроллом. Тайм-линии будут уместны при описании хроники событий, при подготовке к юбилеям, историческим датам, создании биографий. Сервисы для

---

<sup>14</sup> Родионова С. П. Технологии визуализации в современной журналистике // Огарёв-Online. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-vizualizatsii-v-sovremennoy-zhurnalistike>. (дата обращения: 18.05.2021).

<sup>15</sup> Горбачев А. М., Петренко О. А. Геовизуализация и ее возможности в создании журналистского нарратива // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geovizualizatsiya-i-ee-vozmozhnosti-v-sozdanii-zhurnalistskogo-narrativa-na-materialah-graficheskogo-byuro-informatsionnogo-agentstva>. (дата обращения: 20.04.2021).

создания тайм-линий **Timeline JS**, **Dipity**, **Tiki-Toki** и **Timetoast** позволяют включать в хронологию еще и видео из YouTube и Vimeo, музыку из SoundCloud, фото из Flickr, твиты, карты Google или статьи из Википедии.<sup>16</sup>

### Работа с аудио

Звуковые элементы уместны, когда важно показать, что особенности произношения персонажа (интонация, смысловые ударения) важны не менее, чем сама суть сказанного. Оксана Силантьева советует использовать аудиоматериалы только в случае крайней необходимости.<sup>17</sup> Рекомендуемое программное обеспечение для работы с аудио – Audacity. В этой программе можно осуществлять запись с микрофона, редактировать записи, склеивать, вырезать, убирать шум, повышать четкость звука, регулировать уровень громкости и т.д. Для публикации аудио в Интернет традиционно используют онлайн-сервис Soundcloud – он позволяет встраивать виджет с аудиозаписью на любой сайт.<sup>18</sup>

*Подкаст* – звуковой файл, передача, законченный сюжет. Как правило, это выложенный в Интернет фрагмент радишной программы или начитанный текст сообщений. Подкастом называют либо отдельный файл, либо регулярно обновляемую серию таких файлов. Жанр этот уступает место в новостных СМИ другим, более динамичным производным.<sup>19</sup>

*Аудиоверсия текста* – это начитанный диктором или электронным диктором текст сообщения. Эта форма также не востребована в российских СМИ.

*Аудиоиллюстрация* – минимально короткий фрагмент аудиозаписи, относящийся к определенной части текста. Призван иллюстрировать ту часть сообщения, в которой звуковая составляющая несет смысловую или эмоциональную

---

<sup>16</sup> Авдонина Н. С., Богатырёва В. Н. Актуальные тенденции цифровой журналистики и новых медиа // Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-tendentsii-tsifrovoy-zhurnalistiki-i-novyh-media>. (дата обращения: 23.04.2021).

<sup>17</sup> Силантьева О. М. Чек-лист мультимедийных форматов // Silamedia.ru. 2019. URL: <https://sila.media/checklist/> (дата обращения: 25.04.2021).

<sup>18</sup> Назайкин А. Н. Использование интернет-ресурсов в современных медиарилейшнз // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-internet-resursov-v-sovremennyh-mediarileyshnz>. (дата обращения: 16.05.2021).

<sup>19</sup> Тесленко Л. А., Ковтун Ю. С. Подкастинг в интерактивной журналистике // StudNet. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podkasting-v-interaktivnoy-zhurnalistike>. (дата обращения: 16.05.2021).

нагрузку. Например, звук мотора автомобиля, крик толпы на митинге, гул огня во время пожара. В формате аудиоиллюстрации может

быть подана цитата ньюсмейкера, когда тон и экспрессия, с которой проносились ключевые мысли, играют не меньшую роль, чем слова. Часто используется в комбинации со слайд-шоу<sup>20</sup>.

### **Работа с видео**

Использование видео рекомендуется для освещения динамичных событий или видеозаписи мнений участников события. Видео может показать панораму места, где происходит событие, зафиксировать ключевые мнения действующих лиц. Видео – лучшее подтверждение достоверности, уникальности происходящего, оно может передать атмосферу события.

*Видеоиллюстрация* – набирающая популярность разновидность видео в СМИ. Это короткие ролики продолжительностью 3-30 секунд, не имеющие законченного сюжета, имеющие отношение к определенной части текста или мультимедийной статьи. Такой ролик не является самостоятельным законченным объектом и нуждается в контексте. Может выполнять роль иллюстрации к заметке. Сервисы для публикации коротких видео – **Youtube, Vimeo, Instagram, Vine** и **Coub** (зацикленные видео).

*Видеосюжет* – законченное видеосообщение, имеющее свою завязку, кульминацию и развязку. В отличие от телевизионного сюжета, видеосюжет в конвергентном СМИ не должен включать информацию, носящую факультативный характер, в нем следует избегать «говорящих голов» и стендапов. Оптимальная продолжительность видеосюжета для новостного конвергентного СМИ – 60-100 секунд. Видеосюжет может включать другие мультимедийные элементы (графики, фото, скриншоты и т.д.). В отличие от видеоиллюстрации может существовать вне контекста. Для публикации видеосюжета на сайте подойдут сервисы **Vimeo, Youtube, Rutube**.

---

<sup>20</sup> Назайкин А. Н. Использование интернет-ресурсов в современных медиарелейшнз // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-internet-resursov-v-sovremennyh-mediaryleyshnz>. (дата обращения: 26.04.2021).

*Видеоистория* – это жанр, в котором журналист повествует о каком-то событии или ситуации, в которую попадают главные герои. Видеоистория включает в себя интервью, сюжеты из личной жизни героев, закадровые комментарии, и отличается от видеосюжета продолжительностью (до 10 минут) и документализмом, вниманием к деталям, контрастам. Сервисы для публикации рекомендуем использовать те же, что и для публикации видеосюжета. Для простейшего монтажа (склейка, обрезка) подойдет мобильное приложение для редактирования видео **Splice** или **InShot**. Для более сложного монтажа лучше использовать программы **Premiere Pro**, **Final Cut X**.

*Видеотрансляция* (потокковое видео с места событий) – онлайн-трансляция, которая может стать главной иллюстрацией или дополнительной картинкой в сюжете, либо самостоятельно существовать в специальном разделе. Потокковое видео можно использовать в репортаже с места происшествия, с пресс-конференции, массовых мероприятий для создания эффекта максимального присутствия и синхронизации события и информации о нем. Видеотрансляция может вестись одним журналистом или командой журналистов из разных мест. Также потокковое видео служит сырьем для видеоиллюстраций, видеосюжетов, видеоисторий и пр. Для создания видеотрансляций используются онлайн-сервисы **Ustream.tv** или **Bambuser.com**.

*Интерактивное видео* – 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 – видео, фотографии, инфографика, голосование, ссылка. Эти элементы могут открываться как в параллельных окнах, так и в основном окне, прерывая или не прерывая основной поток. Сценарии интерактивности могут быть совершенно разными. Простейшее интерактивное видео можно создавать в редакторе **Youtube** в разделе «Аннотации» – его функционал позволяет встраивать всплывающий текст, ссылки на другие видео и внешние сайты.



Сервис **Mozilla Popcorn Maker** позволяет создавать на основе видео с Youtube и Vimeo интерактивные видео, дополненные не только текстовыми выносками и гиперссылками, но и картами, фотографиями, информацией из Википедии. С помощью этого инструмента можно сделать интерактивной даже аудиозапись (на основе аудио с Soundcloud)<sup>21</sup>.

### **Мультимедийная публикация**

*Мультимедийная публикация* (мультимедийная статья) – материал, в котором тема раскрыта с помощью различных медийных платформ – текстовых и аудиовизуальных средств, единство которых создает объемную картину события. Мультимедийная статья сочетает в себе текст несколько визуальных «инфомолекул». Мультимедийная публикация может принадлежать разным традиционным жанрам: интервью, репортаж, очерк, новостное сообщение и т.д.<sup>22</sup>

В 2012 году The New York Times представила свой мультимедийный проект «SnowFall»<sup>23</sup>. Это журналистское расследование посвящено сходу снежной лавины в Каскадных горах США. Читатель может пролететь над высокими австралийскими горами, послушать истории очевидцев, посмотреть слайд-шоу, изучить карту. Этот проект натолкнул других журналистов на мысль о популяризации такой формы подачи информации. «Сноуфолл» открыл новое видение того как должны выглядеть длинные тексты в Интернете. Поэтому стали появляться другие «сноуфоллы» – крупные мультимедийные проекты, поражающие технологической основой, дизайном и завернутой во все это убедительной историей. Этот жанр отличает дробность (материалы режутся на ряд самостоятельных статей), высказывания персонажей от первого лица, близость к художественной публицистике.

Пространство для развития подобных проектов есть – читательское внимание к ним достаточно высоко, т.к. такие публикации производят вау-эффект.

<sup>21</sup> Соломатин Д. Д., Соловьев В. А. Блогинг как катализатор журналистики в медиасистеме России // Вестник науки и образования. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bloging-kak-katalizator-zhurnalistiki-v-mediasteme-rossii>. (дата обращения: 15.04.2021).

<sup>22</sup> Мультимедийный сторителлинг теоретическое осмысление <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediyynyustoritelling-teoreticheskoe-osmyslenie>. (дата обращения: 19.04.2021).

<sup>23</sup> Branch J. SnowFall: The Avalanche at Tunnel Creek // The New York Times. 20.12.2012. URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall>. (дата обращения: 19.04.2021).

Мультимедийные проекты – один из способов актуализировать повествовательную журналистику, уступившую оперативным и коротким жанрам.

Удачный опыт The New York Times копировали многие – и The Guardian («Firestorm»<sup>24</sup>), и The Economist («Thelongwalkisover»<sup>25</sup>), и Lenta.ru («Конец советов: 20 лет»<sup>26</sup>), Комсомольская правда («Америка закованных небоскребов»<sup>27</sup>) и многие другие. Редакции российских региональных СМИ тоже стараются готовить мультимедийные проекты, но сталкиваются с некоторыми проблемами: несовершенство технологической платформы сайта, отсутствие в команде программистов и дизайнеров.

Однако в Интернете уже появляются сервисы, способные предоставить готовый шаблон сайта, в котором удобно интегрировать любой контент. Это сервисы **Tilda, Wix, Wordpress**.

Изначально такие мультимедийные проекты, как лонгрид и мультимедийная история были доступны только немногим крупным редакциям так, как требовали больших финансовых вложений, труда и времени. Но спустя несколько лет СМИ смогли выработать определенный алгоритм, упрощающий и ускоряющий работу в данном направлении. Алгоритм создания лонгрида можно разбить на несколько этапов.

Этап планирования (или Pre-Production):

- выбор темы и ее предварительное исследование;
- разработка идеи, концепции подачи материала, предварительное определение жанровых характеристик и формата лонгрида;
- выбор команды, оценка слабых и сильных сторон участников проекта;
- написание синопсиса лонгрида;
- создание сценария работы над материалом (который не всегда совпадает со сценарием произведения).

---

<sup>24</sup> Firestorm // The Guardian. 26.05.2013. URL: <http://www.theguardian.com/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family>. (дата обращения: 20.05.2021).

<sup>25</sup> Thelong walk is over // The Economist. 06.12.2013. URL: <http://www.mandelaswalk.com>. (дата обращения: 16.05.2021).

<sup>26</sup> Конец советов: 20 лет // Lenta.ru. 01.10.2013. URL: <http://age.lenta.ru/1993> (дата обращения: 16.05.2021).

<sup>27</sup> Рукобратский В. Америка закованных небоскребов // Комсомольская правда. 12.02.2014. URL: <http://www.kp.ru/daily/real-usa>. (дата обращения: 16.05.2021).

Создание (или Production process):

- разработка story board — раскадровки лонгрида;
- формирование блока технических заданий;
- полевая работа и продюсирование;
- ревизия собранного материала;
- корректировка концепции лонгрида и его раскадровки, создание обновленной story board;
- формирование второго блока технических заданий;
- работа с собранным материалом (редактура фото-, аудио- и текстового материала, формирование аудиовизуальных блоков);
- сбор лонгрида из отдельных частей согласно раскадровке.

Публикация (или Post Production):

- тестирование лонгрида на различных устройствах и в различных браузерах;
- анонсирование материала и его продвижение.<sup>28</sup>

Также для создания качественного мультимедийного проекта нужно следовать его основным правилам.

*Взаимозависимость содержания и формата.*

В мультимедийной статье основу составляет вербальный текст, который по объему не должен превышать 3000 знаков. Текст в ней играет связующую, стержневую роль, должен быть самодостаточным, так что если пользователю не удастся по каким-то причинам посмотреть ни один из мультимедийных компонентов, общий смысл заметки и ключевые факты все равно будут освещены. Текст должен быть безупречен с точки зрения композиции, языка, точности формулировок. При этом фрагменты текста могут быть подводкой или презентацией к соответствующим мультимедийным элементам.

*Лонгрид требует коллективной работы и серьезного продюсирования.*

---

<sup>28</sup> Как новые медиа изменили журналистику. М., 2016. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/multimedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/#base>. (дата обращения: 28.04.2021).

Работе над лонгридом поможет представление о нем как о фильме, над которым трудится команда профессионалов, в том числе продюсер. Такой подход поможет сделать цельный качественный продукт, исключая акцент на форму представления информации.

*Лонгрид – это своеобразный конструктор, состоящий из разных частей, сбалансированных и гармонично дополняющих друг друга.*

Многие практики сравнивают лонгрид с конструктором. Эта метафора хорошо показывает принцип построения мультимедийного произведения: блоки текста и блоки аудиовизуального ряда с определенной последовательностью в рамках авторской логики. Форма определяется особенностями темы и фактуры.

*Лонгрид — это своеобразное документальное кино.*

Не стоит забывать, что формат предполагает симбиоз текста и аудиовизуального ряда. Следует думать как категориями текста, так и категориями «картинки». Нужно сразу представить себе, какие визуальные элементы можно добыть для создания у читателя яркого представления о сюжете. Нужно представлять тему и образы, рисовать их, делая раскадровки, как это делает режиссер<sup>29</sup>.

Чем равномернее удастся разместить на странице мультимедийные элементы, тем активнее их будет использовать пользователь. Необходимо внимательно следить за тем, чтобы не было дублирования элементов.

Правила оформления мультимедийной публикации:

- не прятать «самое интересное» в глубину, не проанонсировав наличие этого элемента;
- не предлагать аудитории только один, редакторский путь по статье;
- не перегружать пользователя факультативной (вторичной) информацией;
- видео и аудио не должны размещаться в режиме автостарта;

---

<sup>29</sup> Как новые медиа изменили журналистику. М., 2016. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/multimedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/#base>. (дата обращения: 28.04.2021).

- инфографику большого размера размещать в виде четкой картинки предпросмотра с возможностью открыть в новом окне;
- визуальные элементы сопровождать подписями;
- справочная информация – в боксах или в гиперссылках;
- некоторые мультимедийные компоненты сами могут являться ссылкой на другие форматы (фото – на фотоленту);
- голосование должно быть предложено или в кульминационной точке конфликта, или в конце мультимедийной статьи;
- викторины, тесты должны быть как можно ближе к потенциальной точке выхода, для того чтобы задержать пользователя более легким материалом<sup>30</sup>.

Медиаэксперты рекомендуют мультимедийные публикации сопровождать интерактивными вставками, всячески вовлекать пользователя. Это могут быть:

- опросы, голосования и комментарии;
- текстовые и фото-справки;
- ссылки по теме и контекстные ссылки;
- оценка материала;
- викторины, розыгрыши и тесты;
- сервисы, позволяющие распространять информацию («социальные кнопки»);
- формы для UGC;
- тэгирирование<sup>31</sup>.

Таким образом, любая тема может быть рассказана с помощью мультимедийных средств. Важно понимать, какой инструмент к какому информационному поводу подходит. От этого выбора зависит уместность и обоснованность мультимедиа. Мультимедийные сервисы должны помогать пользователю увидеть историю, а не утяжелять восприятие.

---

<sup>30</sup> Симанова С.И., Исакова Т.Б. Мультимедийный лонгрид в самостоятельной работе студентов-журналистов // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyy-longrid-v-samostoyatelnoy-rabote-studentov-zhurnalistov>. (дата обращения: 23.05.2021).

<sup>31</sup> Там же.

### 1.3 Технология создания мультимедийной истории

Так же, как и в традиционных жанрах СМИ, в мультимедийных проектах есть своя композиционная структура.

Композиционно-графическая модель – это «модель, содержащая в себе основные особенности содержания и формы (тематику, структуру, формы организации и подачи материалов) и приемы графического выражения всех компонентов»<sup>32</sup>.

Этим термином характеризуются, в основном, только печатные СМИ. К мультимедийным проектам такое определение нельзя применить из-за более сложной структуры. Исходя из этого следует определить основные составляющие композиционно-графической модели мультимедийного проекта.

Первый этап – это **создание организационных и навигационных схем**, особой структуры, благодаря которой пользователю будет комфортно перемещаться по разным разделам проекта. Исследователь Джесс Гарретт в своей работе «Веб-дизайн: элементы опыта взаимодействия» говорит о двух подходах, описывающих потребности пользователей, контент и цели проекта

Для *нисходящего подхода* характерно построение сайта на основе определения желаемого эффекта, который должна произвести данная платформа на аудиторию, или выбор основополагающего стиля.

В основе *восходящего подхода* лежит анализ контента и функциональных требований. Структура, отражающая цели и стиль выбранного проекта, базируется на определении будущего контента и выбранных платформ, необходимых для его создания<sup>33</sup>.

Как показывает практика, обычно эти два подхода совмещаются, но приоритетным остается именно восходящий подход, потому как разнообразие мультимедийных инструментов подачи информации становится наиболее важным фактором, оказывающим влияние на архитектуру всего мультимедийного проекта.

---

<sup>32</sup> Галкин С.И. Техника и технология СМИ: Дизайн периодических изданий. М., 2019. 215 с.

<sup>33</sup> Гарретт Дж. Веб-дизайн: элементы опыта взаимодействия. СПб., 2018. 177 с.

Второй этап – **дизайн навигации**. А. А. Беляев считает, что навигационная часть занимает важное место в интерфейсе веб-сайта, а также «представляет собой визуализацию принципов организации сайта и вместе с тем инструментом пользователя в работе с ним». Веб-дизайн плотно взаимодействует с информационной архитектурой, занимающейся разработкой и организацией сложных информационных систем. Понятие «навигация» понимается как комплекс постоянных визуальных (или навигационных) элементов, служащих для ориентации в структуре веб-сайта (или медиа-проекта) и перемещению по ней пользователя.

Навигация осуществляет две основные функции – переход и ориентирование. Функция перехода дает пользователю возможность переходить из мультимедийной истории на другие интернет-ресурсы при помощи гиперссылок, а так же перемещаться по структуре проекта. Ориентационная функция показывает посетителю, в каком именно разделе он находится в момент

прочтения или просмотра того или иного материала проекта. Исследователи отмечают, что эта функция имеет наиболее важное значение, чем первая, но, вопреки этому, часто недооценивается<sup>34</sup>. У каждого пользователя есть свои интересы и цели, побудившие его посетить выбранный мультимедийный проект и поэтому на создание ориентационной функции требуется больше усилий так как перед дизайнером встает задача – продумать логичные и быстрые варианты достижения этих задач.

Важно, чтобы интерфейс был понятен и удобен для каждого пользователя: расположение меню, переходы между разделами, доступность различных мультимедийных инструментов и площадок, дополняющих материал и другое.

Дж. Гарретт в своем исследовании говорит о том, что было выработано несколько типов систем навигации:

- глобальная навигация представляет набор точек входа, которые позволяют переходить из одной части проекта в другую;

---

<sup>34</sup> Беляев А. А. Навигация как ключевой компонент визуальной организации веб-сайта // Медиаскоп. 2019. URL: [www.mediascope.ru/навигация-как-ключевой-компонент-визуальной-организации-веб-сайта](http://www.mediascope.ru/навигация-как-ключевой-компонент-визуальной-организации-веб-сайта). (дата обращения: 16.0.5.2021).

- локальная навигация осуществляет переход в ближайшие элементы архитектуры обеспечивает доступ к «родительской странице, страницам потомкам и страницам соседям»;

- дополнительная навигация обеспечивает более быстрый доступ к связанному с текущей страницей контенту, который может не быть напрямую доступным посредством глобальной или локальной навигации. Этот тип навигационной схемы дает пользователям возможность переходить на другие элементы контента без необходимости возврата в стартовую точку, но при этом позволяет сохранить преимущественно иерархическую архитектуру сайта;

- контекстная навигация встраивается непосредственно в содержимое страницы (поэтому иногда называется микронавигацией), обычно в виде гиперссылки, и тем самым позволяет пользователю сразу же находить иные интересующие его элементы информации ни при этом не заставляя искать их по всей странице или прибегать к помощи поисковика;

- сервисная навигация представляет собой ссылки на контактную информацию, на формы обратной связи и на формулировку политики сайта<sup>35</sup>.

Все эти виды систем навигации могут быть использованы одновременно в одном мультимедийном проекте, но, в основном, предпочтение отдается двум-трем типам.

В процессе создания дизайна навигации немаловажным моментом является прототипирование разделов мультимедийного проекта. Исследователь А. А. Бабаев в своей работе «Создание сайтов» говорит о том, что прототип – это «набор логически связанных между собой схем веб-страниц, в своей совокупности демонстрирующих структуру и механику работы сайта» или иными словами подробный макет страницы<sup>36</sup>. Прототипирование дает возможность ещё на ранних стадиях создания получить представление о разрабатываемых системах навигации и их взаимодействии, функционировании проекта и его отдель-

---

<sup>35</sup> Гарретт Дж. Веб-дизайн: элементы опыта взаимодействия. СПб., 2018. 177 с.

<sup>36</sup> Бабаев А.А. Создание сайтов. СПб., 2019. 285 с.



ных элементов на разных устройствах, а также своевременно устранить все неисправности<sup>37</sup>.

Последним этапом создания композиционно-графической модели мультимедийной истории является **работа над графической частью**, что означает работу с дизайном интерфейса как всего проекта в целом, так и отдельных его элементов, выбором типографики и цветовой палитры.

*Цвет.* Для начала нужно определить основную цветовую палитру будущей мультимедийной истории. Её выбор основывается на «противоположных и взаимодополняющих принципах единства и контраста», а также усиливает эффективность контента.<sup>38</sup> Цветовая схема выполняет сразу несколько функций:

- акцидентальная – указывает на важные части проекта;
- аффордативная – показывает на интерактивные части в проекте;
- селективная – разделение элементов проекта на зоны;
- аффективная – отвечает за восприятие проекта пользователем.<sup>39</sup>

Использование контрастных цветов в мультимедийной истории особенно необходимо, ведь в них, как правило, используется большое количество контента разных видов (аудио, видео, текст, иллюстрации и т.д.), а также цветом можно выделить разные рубрики.

Некоторые специалисты по данной теме говорят об ассоциациях и символиках цвета. По мнению исследователя Р. Арнхейма «воздействие цвета оказывается довольно сильным и самопроизвольным только в том случае, когда он является результатом интеллектуального истолкования»<sup>40</sup>. Однако при создании собственного проекта не обязательно опираться на ассоциативные значения цветов, можно также подобрать свою цветовую палитру исходя из своих предпочтений для того, чтобы пользователю было удобно работать с контентом и ничего его не отвлекало.

---

<sup>37</sup> Беляев А. А. Навигация как ключевой компонент визуальной организации веб-сайта // Медиаскоп. 2019. URL: [www.mediascore.ru/навигация-как-ключевой-компонент-визуальной-организации-веб-сайта](http://www.mediascore.ru/навигация-как-ключевой-компонент-визуальной-организации-веб-сайта). (дата обращения: 26.05.2021).

<sup>38</sup> Кирсанов Д. М. Веб-дизайн. СПб., 2019. 314 с.

<sup>39</sup> Там же.

<sup>40</sup> Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М., 2019. С. 316.

Также важно, чтобы цвет правильно взаимодействовал с выбранной типографикой проекта. Если текст будет недостаточно контрастным, пользователю придется напрягать зрение, чтобы его разглядеть. Поэтому предпочтительно выбирать сочетание «темный шрифт – светлый фон». Обратное решение также возможно, но исследователи не рекомендуют злоупотреблять этим приемом и использовать его исключительно для акцентирования на важном элементе<sup>41</sup>.

*Типографика.* Несмотря на то, что на сегодняшний день уже существует огромное разнообразие шрифтов, единой классификации до сих пор нет. Стоит дать определение понятию «шрифт». Шрифт – это набор символов определенной гарнитуры, размера и начертания. Исследователь О. Г. Яцюк под гарнитурой шрифта понимает «совокупность шрифтов, объединенных общими стилевыми признаками, отличными от других шрифтов, т. е. совокупность начертаний, объединенных общим характером графического построения знаков и решением их элементов»<sup>42</sup>.

При написании текста важно учитывать не только его содержание, но и то, какую функцию должен выполнять шрифт – эстетическую или утилитарную. При практическом значении шрифта нужно определить его задачу в тексте – собственно текстовую (или наборную), акцидентную (выделительную) или декоративную. Текстовые шрифты используются чаще всего, так как при большом тексте его легче и удобнее читать<sup>43</sup>.

Американский дизайнер Р. Паркер в своей книге «Как сделать красиво на бумаге» выделил следующую классификацию шрифтов с учетом стилистических схем документа:

- традиционный стиль – имеет засечки, небольшую высоту символа и длинные выносные элементы;

---

<sup>41</sup> Самара Т. Типографика цвета. М., 2018. С. 14-25.

<sup>42</sup> Яцюк О. Г. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. СПб., 2018. 240 с. URL: <https://iknigi.net/avtor-olga-yasyuk/45751-osnovy-graficheskogo-dizayna-na-baze-kompyuternyh-tehnologiy-olga-yasyuk/read/page-11.html>. (дата обращения: 26.05.2021).

<sup>43</sup> Беляев А. А. Актуальные проблемы современной веб-типографики: взгляд в будущее // Вестник Моск. ун-та. 2019. Сер. 10 : Журналистика. С. 15–22.

- современный стиль – имеет рубленую гарнитуру, большое поле символа и короткие выносные элементы;
- возвышенный стиль – имеет засечки, слегка сжатое внутрибуквенное пространство и вытянутую по вертикали форму символов;
- неформальный стиль – имеет закругленную форму внутрибуквенного просвета и символов;
- изысканный постмодернистский стиль – имеет сильно сжатое или деформированное внутрибуквенное пространство и удлиненную форму символов<sup>44</sup>.

Так же существует иная классификация шрифтов:

- рубленые шрифты, не имеющие засечек;
- шрифты с едва наметившимися засечками (с утолщенными концами вертикальных штрихов);
- брусковые шрифты (неконтрастные с засечками, равными по ширине основному штриху);
- контрастные шрифты (с большим различием в ширине основного и дополнительного штриха);
- классические шрифты (умеренно контрастные с засечками);
- рукописные шрифты;
- стилизованные шрифты<sup>45</sup>.

Эстетическая функция имеет ассоциативный характер. С помощью специфических качеств и характеристик выбранного шрифта можно передать определенное настроение или значение вне зависимости от того, используется этот эффект намеренно или нет.

Исследователь С. П. Нестеренко в своей работе «Гарнитура шрифта как фактор регуляции восприятия текста» пишет, что каждая гарнитура шрифта имеет свои функции и особенности и приводит описание следующим шрифтам:

<sup>44</sup> Паркер Р. «Как сделать красиво на бумаге» СПб., 2019. 368 с.

<sup>45</sup> Там же.

- шрифты типа Courier вызывают образы старых машинописных писем, которые обычно приходили из госучреждений в 70-х годах;

- шрифты рукописного стиля Monotype Corsiva, Blackadder ITC, Edwardian script etc и др. вызывают ассоциации со старым, каллиграфическим стилем, обладают качеством эмоционального смягчения – автор как бы наклоняется, чтобы поговорить с читателем лично, это попытка передать дружелюбие и близкие отношения;

- шрифт Mayday, более «очеловеченные» шрифты с круглыми «О» и «хвостиками» кажутся дружественными и нежными;

- шрифт Verdana вызывает «легкое ощущение оптимизма без утраты чувства уважения»<sup>46</sup>.

Как отмечает исследователь Прохорова, та или иная гарнитура шрифта способна вызвать у пользователя эстетически окрашенные эмоции. «Так, например, шрифты Futuris и Pragmatica воспринимаются как нейтральные с точки зрения эмоциональных качеств, а с точки зрения эстетических – строгие. Шрифт Cooper вызывает добрые эмоции и является привлекательным; шрифт Inform - веселый и декоративный, а такие шрифты, как Granite и Traktir вызывают негативные эмоции. Granit – злой, пугающий, неуклюжий, Tractir – тревожный, отталкивающий<sup>47</sup>».

Каждый шрифт отличается своими уникальными характеристиками и создан для того, чтобы лучше показывать образность содержания текста, выделять для читателя важную информацию, а также быть удобным в прочтении. Также некоторые виды шрифтов могут вызывать ассоциации у пользователей с определенным историческим периодом, видом профессии или сферой жизни, где он используется.

Так же, как и в традиционных СМИ, в мультимедийном проекте присутствуют такие элементы, как заголовки, подзаголовки, цитаты, основной текст и

---

<sup>46</sup> Паркер Р. «Как сделать красиво на бумаге» СПб., 2019. 368 с.

<sup>47</sup> Прохорова Е. А. О классификации шрифтов и их функциях // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-klassifikatsii-shriftov-i-ih-funktsiyah>. (дата обращения: 23.04.2021).

многие другие. Чем больше и разнообразнее разрабатываемый проект, тем больше в нем будет присутствовать текста и подбор отдельного шрифта для каждого вида элементов может стать огромной ошибкой. Для всего материала стоит подбирать один или два вида шрифтов и использовать при этом разные выделительные инструменты (курсив, жирность, подчеркивание)<sup>48</sup>.

*Элементы интерфейса.* Помимо таких важных элементов как содержание и навигация важно задуматься о незначительных, на первый взгляд, мелочах, таких как меню, дизайн различных кнопок и других элементах, дополняющих внешний вид мультимедийного проекта.

Первостепенная задача работы с инструментами интерфейса – «создать и выстроить визуальные элементы так, чтобы суметь доступно представить информацию».<sup>49</sup> Они должны быть легко различимы друг от друга, но в то же время узнаваемы и понятны пользователю на любом этапе просмотра проекта. Кроме того, все элементы интерфейса должны быть выдержаны в едином стиле с дизайном всей мультимедийной истории – именно создание особого внешнего вида проекта будет отличать его от многих ему подобных<sup>50</sup>.

Изучив создание композиционно-графической модели можно сделать вывод, что это объемная работа, требующая много усилий от создающего его человека (дизайнера). Сперва следует подробно расписать структуру будущего проекта, далее разработать его прототип с созданием всех навигационных систем и в конце продумать его визуальное оформление.

---

<sup>48</sup> Кирсанов Д. М. Веб-дизайн. СПб., 2019. 314 с.

<sup>49</sup> Купер А. Об интерфейсе: основы проектирования взаимодействия. СПб., 2019. 368 с.

<sup>50</sup> Давлетшина С. Р. «Новые медиа» и тенденции развития мультимедийных жанров // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-i-tendentsii-razvitiya-multimediynyh-zhanrov>. (дата обращения: 15.05.2021).

## 2 ВОЗМОЖНОСТИ СОЗДАНИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ

### 2.1 Анализ интернет издания «Медуза»

Meduza – это русскоязычное интернет-издание, зарегистрированное в Латвии. Его создателем является Галина Тимченко, бывший главный редактор Lenta.ru. Meduza занимается сбором и группировкой новостных текстов в ручном режиме, а также написанием собственных материалов.

Редакция издания частично перешла из проекта Лента.ру, после конфликта, связанного с Галиной. В результате образовалась команда с желанием сделать новое, независимое издание, используя технологии новых медиа – «не похожее ни на что из того, что мы делали прежде. Еще хотелось доказать, что это реально – вне зависимости от обстоятельств»<sup>51</sup>.

Миссия редакции обозначена на сайте издания: «Мы выбираем для вас самые важные новости и готовим лучшие тексты о том, что происходит в России и мире. Мы выступаем за свободу распространения информации. Мы безразлично относимся к интересам чиновников и крупного бизнеса, презираем пропаганду и джинсу, а журналистике мнений предпочитаем журналистику факта. Мы пишем только о том, что по-настоящему важно»<sup>52</sup>.

Структура сайта состоит из шести основных рубрик, находящихся в шапке издания. Это «Новости», «Истории», «Разбор», «Игры», «Шапито», «Подкасты». Также с конца 2019 года появилась новая рубрика «Коронавирус». Всё поле сайта занимают новостные блоки – это от двух до пяти карточек с обложкой и названием, находящихся в колонках. Для большего удобства есть кнопка «показывать по порядку». При её нажатии новостные карточки выстраиваются в ленту, упорядоченную по времени.

При просмотре материала читатель может поделиться им в социальных сетях «Вконтакте», «Одноклассники», Twitter, и Facebook, причем кнопки со-

---

<sup>51</sup> Медуза ответила на вопросы читателей // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 2014. URL: <https://meduza.io/cards/zaday-vopros-meduze>. (дата обращения: 14.05.2021)

<sup>52</sup> Там же.

циальных сетей расположены как наверху страницы, так и внизу; также дважды присутствует поле подписки на рассылку «Вечерней медузы».

В целом, структура сайта гибкая и рассчитана как на пользователей телефонов, так и на пользователей, пользующихся компьютерами. «Верстка меняется каждую минуту: мы перетаскиваем новости, объединяем их в тематические, географические блоки, блоки по датам и сюжету. Самое интересное, что каждый из этих блоков можно называть так, как тебе хочется: нет блока «Новости» или блока «Главное», есть кирпичи, которые ты можешь назвать, как угодно. Например, «Еще немного веселых новостей» – и сложить в этот блок все то «Шапито», которое тебе сегодня нравится, или создать блок «Все о войне в Сирии». При этом то, как меняется сайт, очень мало кто замечает. Все понимают, что читать и что главное, но не понимают, как это сделано. Внятная навигация – уважение к читателю. Нужно, чтобы он каждую секунду знал, где находится. А страницу материала нужно обвешать так, чтобы ему было куда идти дальше, а не просто закрыть страницу и уйти с сайта»<sup>53</sup>.

Сетевое издание не имеет ограничений по распространению, за исключением случаев блокировки государством. Так, например, сайт издания Meduza.io недоступен в Казахстане и Узбекистане, но редакция предоставляет аудитории этих стран пути обхода блокировки. В результате анализа существенных признаков издание можно отнести к новостному типу. Meduza стремится к привлечению массовой аудитории в количественных показателях. Редакция заинтересована в максимальном количестве просмотров, репостов и лайков, но при этом не имеет четкого представления для кого она пишет. Материалы представлены в развлекательных форматах, привлекающих пользователя своей интерактивностью и возможностью получать социальное одобрение, публикуя их на своей странице. В целом издание сосредоточено на собственном развитии и росте своей аудитории.

---

<sup>53</sup> «Мы превращаем читателя в инфонаркомана»: спикеры Media Makers 2015 о состоянии индустрии // THEORYANDPRACTICE.RU: образовательная платформа. 2018. URL: <http://theoryandpractice.ru/posts/12018-media-makers>. (дата обращения: 05.05.2021).

Ещё в 2018 году редакция Медузы писала, что несмотря на желания и упорную работу издание нельзя назвать успешным стартапом в плане финансовых показателей. Вот уже 3 года как оно несет убытки, и по словам редакции, держится на доходе от нативной рекламы, но и это составляет очень малый процент в общих показателях издания. На данном этапе развития Meduza предполагала вариант поддержки не только от инвесторов, но и от аудитории: «Мы думаем о том, чтобы дать возможность читателям помогать с финансированием проекта; есть два принципиальных условия: во-первых, это должно быть очень удобно, во-вторых, мы ни при каких обстоятельствах не собираемся включать «paywall». Вообще, финансовая независимость – одно из важнейших условий существования независимого медиа, так что мы надеемся в ближайшее время вывести «Медузу» на самоокупаемость – но прежде всего, за счет рекламы»<sup>54</sup>.

К 2021 году ситуация изменилась не в лучшую сторону. 23 апреля Министерство юстиции признало «Медузу» СМИ, выполняющим функцию иностранного агента.<sup>55</sup> Теперь по закону издание обязано под каждой публикацией предупреждать читателей об иноагентском статусе, причем размер уведомления должен быть в два раза крупнее самого сообщения. Даже при соблюдении всех условий, новый статус «Медузы» влечет за собой серьезные осложнения:

- данная маркировка также должна появляться на всех страницах, где размещена реклама. «Мы предполагаем, что в течение ближайших недель можем лишиться значительной части рекламодателей. В случае с «Медузой» это означает смерть издания»<sup>56</sup>;

- внештатные корреспонденты также могут быть признаны иностранными агентами. Если это произойдет, они так же должны будут отчитываться перед Минюстом обо всех своих доходах и расходах. Ошибки в отчетности грозят штрафами; более того — уголовным преследованием и лишением свободы;

---

<sup>55</sup> Дополнен реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента // Министерство юстиции Российской Федерации. 23.04.2021. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/events/48414/>. (дата обращения: 06.05.2021).

<sup>56</sup> «Медуза» — иностранный агент. Что дальше? // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 26.04.2021. URL: <https://meduza.io/feature/2021/04/26/meduza-inostranny-agent-chto-dalshe>. (дата обращения: 06.05.2021).



- «Признав нас иностранными агентами, власти пытаются внушить нашим собеседникам, что мы — враги государства, и даже давать комментарии «Медузе» опасно».<sup>57</sup> С высокой вероятностью издание может остаться без важных источников и не сможет брать комментарии у многих экспертов.

«Медузе» понадобилось шесть лет, чтобы из проекта превратиться в независимое интернет-издание, а Российской власти всего один день, чтобы разрушить этот бизнес. «Мы всегда верили, что у нас получится построить медиа, которое может зарабатывать на рекламе и работать для читателей совершенно бесплатно. Ведь это особенно важно в стране, где запрос на честную информацию огромен, а независимых СМИ критически мало»<sup>58</sup>.

Руководству издания пришлось резко снизить расходы, отказаться от офисов в Москве и Риге, а также отказаться от сотрудничества с внештатными авторами и урезать зарплаты. Помимо этого издание принимает «донаты» — пожертвования (единоразовые или регулярные) от равнодушных читателей.

Стоит упомянуть, что с 11 мая 2021 года ютуб-шоу «Скажи Гордеевой» и «Радио Долин» стали самостоятельными проектами. Это связано с тем, что «Медуза» не готова подвергать создателей рискам, связанным со статусом «иноагента». «У каждого из этих проектов есть своя команда и своя аудитория; они могут сами зарабатывать себе на жизнь с помощью рекламы»<sup>59</sup>.

Так канал Meduza Originals перешел к Катерине Гордеевой, поскольку большая часть его подписчиков является аудиторией ее шоу и, соответственно, был переименован в канал «Скажи Гордеевой», а шоу Антона Долина переезжает на новый ютуб-канал, который так и называется: «Радио Долин».

Как и в случае с ютуб-шоу, студия подкастов «Медузы» становится самостоятельной организацией. Теперь она называется «Техника речи». С 24 мая студия будет издателем и владельцем практически всех подкастов, которые вы-

---

<sup>57</sup> «Медуза» — иностранный агент. Что дальше? // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 26.04.2021. URL: <https://meduza.io/feature/2021/04/26/meduza-inostranny-agent-chto-dalshe>. (дата обращения: 06.05.2021).

<sup>58</sup> Спасти «Медузу» // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 29.04.2021. URL: <https://meduza.io/feature/2021/04/29/spasti-meduzu>. (дата обращения: 15.05.2021).

<sup>59</sup> Ютуб-шоу «Скажи Гордеевой» и «Радио Долин» становятся самостоятельными проектами // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 11.05.2021. URL: <https://meduza.io/feature/2021/05/11/yutub-shou-skazhi-gordeevoy-i-radio-dolin-stanovyatsya-samostoyatelnyimi-proektami>. (дата обращения: 15.05.2021).

ходили на «Медузе», – за исключением общественно-политических шоу «Что случилось» и «Текст недели», англоязычного подкаста The Naked Pravda, а также шоу «Сперва роди». Помимо прочего, отделение проектов от «Медузы», позволит самой «Медузе» заметно уменьшить бюджет<sup>60</sup>.

## **2.2 Анализ мультимедийных проектов с точки зрения цифровых инструментов**

Мультимедийные инструменты доступны широкому числу пользователей и журналистов. Визуализированная информация стала более востребованной на рынке СМИ, он несет в себе большой потенциал в развитии мультимедийной журналистики.

Для того, чтобы выявить параметры мультимедийности в СМИ, было необходимо определить специфику подачи информации в публикациях выбранных сетевых изданий. В исследовании применялись методы контент-анализа и структурно-функционального анализа.

Для анализа были выбраны публикации, в которых использованы фотогалереи, интерактивная графика, инфографика, карты, аудио-и видеоинструменты, игры, а также материалы, представленные в виде лонгридов. Также были разработаны следующие критерии, которые позволяют проанализировать использование цифровых инструментов:

- название публикации, дата выхода;
- тема и краткое содержание;
- мультимедийный жанр, предмет, метод подачи, функция;
- какие элементы мультимедиа использованы, их количество;
- обоснованность и уместность средств мультимедиа;
- какие цифровые инструменты можно использовать вместо использованных или дополнительно к уже имеющимся.

---

<sup>60</sup> Студия подкастов отделяется от «Медузы». Ее новое название — «Техника речи» // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 24.05.2021. URL: <https://meduza.io/feature/2021/05/24/studiya-podkastov-otdelyaetsya-ot-meduzy-ee-novoe-nazvanie-tehnika-rechi>. (дата обращения: 25.05.2021).

## Фотогалерея

Публикация *«Лучшие фотографии 2020 года по версии World Press Photo»* за 16 апреля 2021 года<sup>61</sup>.

Тема публикации – подведение итогов самой престижной ежегодной премии для фотожурналистов 2020. В публикации кратко рассказали основную информацию о проведении конкурса и перешли к фотографиям-победителям в разных номинациях. Предмет публикации – событие, методы подачи – повествование и фотоиллюстрации. Публикация выполняет информирующую (текст) и воздействующую функции (фотографии). Таким образом, жанр публикации – фоторепортаж.

Стоит отметить, что публикация насыщена мультимедийными элементами. Фотографии вставлены через встроенный портал, что позволило сохранить качество и четкость изображений. В материале нет ничего лишнего, и добавлять какие-либо инструменты нет необходимости.

Публикация *«Оскар-2021»: главные моменты церемонии – в фотографиях»* за 26 апреля 2021 год<sup>62</sup>.

Тема публикации – описание проведения церемонии вручения премий Американской киноакадемии. В публикации также кратко рассказывается о победителях в различных номинациях. Предмет публикации – событие, метод подачи – повествование и фотоиллюстрации. Публикация несет информирующую и воздействующую функции. Жанр публикации – фоторепортаж.

Ниже данной публикации, редакция использовала встроенную функцию и вставила пару ссылок на другие публикации: *«Сюрпризы «Оскара-2021». Решение Киноакадемии оказалось одновременно справедливым и удивительным»* и *«Что нужно знать об «Оскаре» 2021 года. В одном абзаце»*, что является отличным приемом привлечения и удержания читательского внимания.

---

<sup>61</sup> Лучшие фотографии 2020 года по версии World Press Photo // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 16.04.2021. URL: <https://meduza.io/feature/2021/04/15/luchshie-fotografii-2020-goda-po-versii-world-press-photo>. (дата обращения: 25.05.2021).

<sup>62</sup> «Оскар-2021»: главные моменты церемонии – в фотографиях // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 26.04.2021. URL: <https://meduza.io/feature/2021/04/26/oskar-2021-glavnye-momenty-tseremonii-v-fotografiiyah>. (дата обращения: 25.05.2021).

Данная публикация, как и предыдущая, насыщена фотоматериалом, вставленным благодаря встроенному portalу. Мультимедийных элементов, присутствующих в материале, достаточно и добавлять ничего не нужно.

### Аудио

Публикация *«Медузу» признали иноагентом всего за три дня — после жалобы Александра Ионина в Роскомнадзор. Рассказываем, чем известен Ионов и что его так обидело в наших публикациях»* за 23 мая 2021 года<sup>63</sup>.

Тема публикации – внесение интернет-издания «Медуза» в реестр СМИ-иноагентов. Предмет публикации – монолог, методы подачи – повествование и аудиозапись длительностью 29 минут. Публикация выполняет информирующую (текст) и воздействующую (аудио) функции. Жанр текста – подкаст. Аудио на сайте опубликовано через встроенный проигрыватель, не нужно переходить на другие порталы. Удобно слушать в пути или занимаясь повседневными делами и чувствовать себя участником диалога.

Публикация *«Власть в России выглядит как никогда сплоченной и опасной. На самом деле система управления разрушается и уже не понимает правил, по которым должна функционировать»* за 22 мая 2021 года<sup>64</sup>.

Тема публикации – явления, происходящие в системе российской власти. Предмет публикации – диалог методы подачи – повествование и аудиозапись. Публикация выполняет информирующую (текст) и познавательную (аудио) функции. Жанр текста – подкаст.

Так же, как и во всей рубрике «подкасты», аудиоэлемент вставлен через встроенный проигрыватель и работает без нареканий. Стоит отметить, если слушать подкаст через мобильное устройство и поставить его на блокировку, то

---

<sup>63</sup> «Медузу» признали иноагентом всего за три дня — после жалобы Александра Ионина в Роскомнадзор. Рассказываем, чем известен Ионов и что его так обидело в наших публикациях // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 23.05.2021. URL: <https://meduza.io/episodes/2021/05/23/meduzu-priznali-inoagentom-vsego-za-tri-dnya-posle-zhaloby-aleksandra-ionova-v-roskomnadzor-rasskazyvaem-chem-izvesten-ionov-i-cto-ego-tak-obidelo-v-nashih-publikatsiyah>. (дата обращения: 25.05.2021).

<sup>64</sup> Власть в России выглядит как никогда сплоченной и опасной. На самом деле система управления разрушается и уже не понимает правил, по которым должна функционировать // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 22.05.2021. URL: <https://meduza.io/episodes/2021/05/22/vlast-v-rossii-vyglyadit-kak-nikогда-splochennoy-i-opasnoy-na-samom-dele-sistema-upravleniya-razrushaetsya-i-uzhe-ne-ponimaet-pravil-po-kotorym-dolzha-funktsionirovat>. (дата обращения: 25.05.2021).

независимо от этого, звук все равно идет. Эта функция очень удобная, ведь в частности эту рубрику «слушаю в газелях», как отмечают сами журналисты интернет-издания.

### **Видео**

Публикация «*PALC, Little Big, Twenty One Pilots, саундтрек «Круэллы» и «Усируся» «Медуза» выбрала 10 лучших песен и клипов недели»* за 23 мая 2021 года.<sup>65</sup>

Тема публикации – подборка музыки и клипов от редакции интернет-издания «Медуза». В публикации развернуто расшифровываются отсылки клипа на разные темы. Предмет публикации – событие, методы подачи – повествование, видео. Функции – информирующая и воздействующая. Жанр текста – обзор.

В данной публикации редакция использовала одиннадцать видеороликов, проигрывающихся на платформе YouTube. Тип видеофайла – клип. Благодаря встроенному видеопроигрывателю клип не заедает, все открывается и не требует перехода по ссылке на сторонние сайты.

Публикация «*Победили рокеры из Италии, Манижа заняла девятое место (и наши сердечки) Главное о финале «Евровидения»* за 23 мая 2021 года<sup>66</sup>.

Тема публикации – финал конкурса «Евровидение». В материале рассказывается о том, кто занял призовое место и описывается выступление участника от России – Маниже. Помимо этого, есть три карточки-ссылки на другие материалы, связанные с исполнительницей и её проектом. Предмет публикации – событие, метод подачи – повествование, видео и фото. Функции – информирующая (текст) и воздействующая (видео, иллюстрация). Жанр текста – репортаж. В данной публикации редакция использовала шесть видеороликов. Это были клипы разных исполнителей, выступавших на конкурсе.

---

<sup>65</sup> PALC, Little Big, Twenty One Pilots, саундтрек «Круэллы» и «Усируся» «Медуза» выбрала 10 лучших песен и клипов недели // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 23.05.2021. URL: <https://meduza.io/slides/palc-little-big-twenty-one-pilots-saundtrek-krueilly-i-usirusya>. (дата обращения: 25.05.2021).

<sup>66</sup> Победили рокеры из Италии, Манижа заняла девятое место (и наши сердечки) Главное о финале «Евровидения» // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 23.05.2021. URL: <https://meduza.io/feature/2021/05/23/pobedili-rokery-iz-italii-manizha-zanyala-devyatoe-mesto-i-nashi-serdechki>. (дата обращения: 25.05.2021).

## Карты

Публикация *«Задержания в день акций в поддержку Навального 21 апреля. Карта «Медузы» и «ОВД-Инфо» за 21 апреля 2021 год*<sup>67</sup>.

Тема публикации – митинги в поддержку Алексея Навального. Предмет публикации – количество задержаний в разных городах страны. Функция – информирующая. Жанр текста – информационная заметка.

В данной публикации использована интерактивная карта, обновляющаяся в режиме реального времени, на которую нанесены все города России. При клике на город можно узнать число отпущенных, а также карту можно масштабировать с помощью ползунка слева. Для ее создания был применен сервис Яндекс.Карты.

Публикация *«Что перекопают в Москве в 2018 году. И сколько это будет стоить» за 8 апреля 2018 год*<sup>68</sup>.

Тема публикации – нововведения ГИБДД в Москве. В публикации подробно рассказывается о том, в каких местах появятся новые камеры и чем это обусловлено, за что будут штрафовать и о других нововведениях. Предмет публикации – появление новых дорожных камер, методы подачи – повествование, инфографика и картография. Функция информирующая. Жанр текста – расширенная информационная заметка. В данной публикации использован два мультимедийных элемента – интерактивная карта и инфографика. Для этого был применен сервис Яндекс.Карты. Он позволяет увеличить и уменьшить карту, кликнув на точку, можно прочесть уточняющий текст. Кроме того, автор материала отметил разными цветами новые и уже существующие камеры. Инфографика рассказывает о том, какие нарушения фиксирует камера. Данная публикация максимально насыщена мультимедийными элементами и не требует дополнений.

---

<sup>67</sup> Задержания в день акций в поддержку Навального 21 апреля. Карта «Медузы» и «ОВД-Инфо» // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 21.04.2021. URL: <https://meduza.io/feature/2021/04/21/zaderzhaniya-v-den-aktsiy-v-podderzhku-navalnogo-21-aprelya-karta-meduzy-i-ovd-info>. (дата обращения: 26.05.2021).

<sup>68</sup> Что перекопают в Москве в 2018 году. И сколько это будет стоить // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 8.04.2018. URL: <https://meduza.io/feature/2018/04/12/chto-perekopayut-v-moskve-v-2018-godu-i-skolko-eto-budet-stoit>. (дата обращения: 26.05.2021).

## Игры

Публикация *«Оградите Россию от интернета!»* за 16 апреля 2019 года.<sup>69</sup>

Тема публикации – принятие Госдумой закона об изоляции российского сегмента интернета. Функции подачи – информирующая (текст) и воздействующая (текст, видео). Жанр текста – проблемная статья. Тип публикации – игра.

Игра состоит из пяти уровней сложности: на первом этапе надо захватить 70% поля, на втором — 75% и так далее. Задача игры – двигать квадратом с логотипом РКН, чтобы отсечь часть интернета. Квадрат управляется стрелками на клавиатуре или свайпами на мобильном устройстве. Иностраные ресурсы пытаются отбиваться и если попасться им на пути, они лишают одной из трех жизней. В целом, игра сконструирована успешно и не требует никаких дополнений.

Публикация *«Выжить на улице Вы оказались бездомным, ваши действия?»* за 7 апреля 2020 года<sup>70</sup>.

Тема публикации – как вести себя, если вы стали бездомным. В публикации рассказывается о том, что оказаться в такой ситуации может любой человек, и чтобы хоть как то обезопасить себя, редакция предлагает проанализировать методы выживания. Предмет публикации – причины, следствия и решения непредвиденных ситуаций проживания на улице, методы подачи – повествование, игра в форме «вопрос–ответ». Функции подачи – информирующая и воздействующая. Жанр текста – проблемная статья. Тип публикации – игра.

В данной публикации использованы такие приемы мультимедиа, как текст и игра, в материале есть ссылки на другие источники. Все эти мультимедийные элементы призваны рассказать читателю о том, как нужно вести себя, оказавшись в подобных ситуациях и позволить ему сформировать

---

<sup>69</sup> Оградите Россию от интернета! // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 16.04.2019. URL: <https://meduza.io/games/ogradite-rossiyu-ot-interneta>. (дата обращения: 26.05.2021).

<sup>70</sup> Выжить на улице Вы оказались бездомным, ваши действия? // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 07.04.2020. URL: <https://meduza.io/games/vyzhit-na-ulitse>. (дата обращения: 26.05.2021).

свой взгляд и стиль поведения на это. Данная игра закаляет читателей, есть возможность пройти ее несколько раз и посмотреть другие варианты событий при другом выборе ответа. Так же есть возможность до конца не пройти эту игру. В случае, если вы выберете слишком безответственный ответ, по мнению редакции, то ваш персонаж может не только быть с плохим самочувствием, либо с другими бедами, но и вовсе погибнуть. Примером может служить один из таких вариантов. Смоделирована ситуация, в которой у бездомного не оказалось средств, для того, что бы оказаться на другой стороне города. Предлагаются несколько вариантов, один из которых был «забежать в закрывающиеся двери метро». Итогом данного решения была смерть от неудачного прыжка в дверной проем и падение на рельсы.

### **Инфографика**

Публикация *«Если верить официальной статистике, ковидом в Петербурге заболевают в два раза больше людей, чем выздоравливают. Ровно в два, каждый день, больше месяца»* за 23 октября 2020 года<sup>71</sup>.

Тема публикации – здоровье жителей Санкт-Петербурга. В материале рассказывается, что в Санкт-Петербурге уже несколько недель ежедневное число выздоровевших от ковида в два раза меньше ежедневного числа заболевших.

Предмет – увеличение числа заболевших, методы подачи — инфографика и повествование. Публикация выполняет информирующую функцию. В материале использована инфографика в виде нескольких jpg-файлов, на которых представлены графики соотношения ежедневного числа заболевших и выздоровевших в Санкт-Петербурге.

Иллюстрация выполнена в цветной гамме. На портале, за весь изученный нами промежуток времени, подобная инфографика встречается в первый раз.

---

<sup>71</sup> Если верить официальной статистике, ковидом в Петербурге заболевают в два раза больше людей, чем выздоравливают. Ровно в два, каждый день, больше месяца // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 23.10.2020. URL:<https://meduza.io/feature/2020/10/23/esli-verit-ofitsialnoy-statistike-kovidom-v-peterburge-zabolevayut-v-dva-raza-bolshe-lyudey-chem-vyzdoravlivayut-rovno-v-dva-kazhdy-den-bolshe-mesyatsa> (дата обращения: 26.05.2021).



Несмотря на это стоит подчеркнуть, что прием изменения цветовой гаммы на иллюстрации достаточно впечатляет и больше погружает в проблему.

Публикация *«С начала пандемии в России, по официальным данным, COVID-19 заболели более 5 миллионов человек»* за 23 мая 2021 года<sup>72</sup>.

Тема публикации – здоровье жителей России. Предмет — статистика заболевших с начала пандемии в России COVID-19.

Публикация выполняет информирующую функцию. В материале использована инфографика в виде jpg-файла, на котором представлен график числа новых случаев COVID-19 за сутки в России. Иллюстрация выполнена в черно-белой гамме.

### **Тест**

Публикация *«Правда, что в приютах только беспородные животные? И кажется, они более агрессивны, да?»* за 13 марта 2021 года.<sup>73</sup>

Тема публикации – животные, которые попали в приют, несколько отличаются от тех, что можно купить у заводчиков. Но этих отличий гораздо меньше, чем принято думать. Методы подачи – повествование и игра «вопрос – ответ». Публикация выполняет информирующую (текст) и воздействующую (тест) функции. Жанр текста – заметка.

Тест состоит из 12 вопросов, которые помогают понять, что животные из приюта ничем не отличаются от питомцев от заводчиков. В нем можно проверить, сколько у вас в голове мифов о животных из приютов.

Публикация *«Тусовка или туфта? Тест про лагерный жаргон, который мы используем в повседневной речи»* за 7 февраля 2021 года<sup>74</sup>.

Тема публикации – жаргонные слова, используемые в обычной речи. Методы подачи – повествование и игра «вопрос–ответ». Публикация выполняет информирующую и воздействующую функции. Жанр текста – заметка.

---

<sup>72</sup> Правда, что в приютах только беспородные животные? И кажется, они более агрессивны, да? // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 13.03.2021. URL: <https://meduza.io/news/2021/05/23/s-nachala-pandemii-v-rossii-pofitsialnym-dannym-covid-19-zaboleli-bolee-5-millionov-chelovek>. (дата обращения: 26.05.2021).

<sup>73</sup> Там же.

<sup>74</sup> Тусовка или туфта? Тест про лагерный жаргон, который мы используем в повседневной речи // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 7.02.2021. URL: <https://meduza.io/quiz/tusovka-ili-tufta-test-pro-lagernyy-zhargon-kotoryuy-my-ispolzuem-v-povsednevnoy-rechi>. (дата обращения: 26.05.2021).

«Медуза» и Музей истории ГУЛАГа совместно подготовили тест. Он состоит из 10 вопросов, которые помогают понять какой лагерный жаргон используют люди в повседневной речи.

### **Карточки**

Публикация *«Хочу дать денег «Медузе». Что мне за это будет?»* за 29 апреля 2021 года<sup>75</sup>.

Тема публикации – «Медузу» признали «иностранным агентом», из-за чего она потеряла практически все свои заработки и теперь просит о помощи. Методы подачи – карточки с вопросами и ответами на них. Функция – информирующая.

Жанр текста трудно поддается определению. Каждый отдельный блок представляет собой ответ на поставленный вопрос. Материал написан в форме «вопрос – ответ». В данном материале не использованы мультимедийные технологии помимо текста. Он, представленный в форме карточек, дает исчерпывающие ответы на поставленные автором вопросы. Другие элементы мультимедиа не присутствовали, но они и не нужны.

Публикация *«Совет Евросоюза рекомендовал облегчить въезд для жителей третьих стран, в том числе России. Скоро можно будет в Европу?»* за 22 мая 2021 года<sup>76</sup>.

Тема публикации – Совет ЕС существенно смягчил рекомендации для национальных правительств относительно правил пересечения границы Союза. Методы подачи – карточки (главные вопросы и ответы на них). Функция – информирующая.

Жанр текста трудно поддается определению. Каждый отдельный блок представляет собой ответ на поставленный вопрос. Местами это информационные заметки, а местами – просто обрывки текста. Материал написан в форме «вопрос – ответ».

---

<sup>75</sup> Совет Евросоюза рекомендовал облегчить въезд для жителей третьих стран, в том числе России. Скоро можно будет в Европу? // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 22.05.2021. URL: <https://meduza.io/cards/hochu-dat-deneg-meduze-cto-mne-za-eto-budet>. (дата обращения: 26.05.2021).

<sup>76</sup> Там же.

В данном материале использована инфографика. Текст, представленный в форме карточек, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В изученных материалах, представленных в такой форме, другие элементы мультимедиа не присутствовали, поэтому можно считать, что использованных в данной публикации элементов достаточно.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В бакалаврской работе исследуется актуальная тема мультимедийных проектов в практике современных СМИ. Целью работы было изучение медиа-изданий с позиции использования цифровых инструментов в создании мультимедийных историй.

Для реализации данной работы потребовалось изучение медиа-изданий с позиции использования цифровых инструментов в создании мультимедийных историй.

Ходом исследования удалось изучить тренды создания мультимедийных проектов, цифровые инструменты и технологии создания мультимедийной истории.

В рамках своего исследования мы так же проанализировали интернет-издание «Медуза» на предмет применения цифровых инструментов в материалах.

В ходе изучения были использованы следующие методы: эмпирические (наблюдение, описание, создание проекта) и теоретические (анализ, синтез, классификация, обобщение).

В рамках исследования мы также рассмотрели, что существование мультимедийных произведений стало возможным в результате объединения различных технических устройств и перехода контента в цифровую форму.

Мы выяснили, что интернет-СМИ наряду с признаками, характерными для всех видов СМИ, так же обладают тремя основными отличительными особенностями: гипертекстуальностью, интерактивностью и мультимедийностью. Благодаря гипертекстуальности производители медиапродукта смогли повысить полноту и достоверность информации, а пользователи – читать текст не только линейно, но и вглубь, а также участвовать в интерпретации фактов. Благодаря интерактивности СМИ обладают многосторонним информационным обменом с потребителем, причем как с отдельными ее представителями, так и с аудиторией в целом. Благодаря мультимедийности у журналистов появилась

возможность передачи информации в разных системах – графической, звуковой, фото-, видео-, вербальной, анимационной.

Нами установлено, что любая тема в журналистике может быть рассказана не только с помощью простого текста, но и с помощью множества мультимедийных средств. Однако при всем многообразии этих средств журналист должен понимать, какой инструмент подходит к данному информационному поводу. Оттого, насколько уместен и обоснован будет данный инструмент мультимедиа в данной публикации будет зависеть то, насколько правильно материал будет воспринят аудиторией. Мультимедийные сервисы должны помогать пользователю максимально полно увидеть и понять историю, а не утяжелять восприятие. Мультимедийные инструменты доступны широкому числу пользователей и журналистов. Визуализация информации, которой можно достичь с помощью этих инструментов, несет в себе огромный потенциал для развития мультимедийной журналистики. Эта часть гипотезы нашла свое подтверждение в ходе анализа применения мультимедийных элементов в публикациях сайта meduza.

Проведя анализ жанровой принадлежности публикаций сайтов мы пришли к выводу, что мультимедийные элементы чаще всего используются в информационных материалах. Аналитика в сочетании с мультимедийными элементами находит свое место в таких типах материалов, как лонгриды.

Эта тема мало изучена и результаты исследования могут быть использованы в дальнейшем изучении мультимедийных проектов в СМИ. Помимо этого, результаты исследования могут быть использованы в деятельности практикующих журналистов, а также предоставляет возможность дальнейшего использования данного исследования в преподавании таких журналистских дисциплин, как «Интернет-журналистика», «Техника и технологии СМИ», «Журналистское мастерство».

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Актуальные тенденции цифровой журналистики и новых медиа / Н. С. Авдони́на, В. Н. Богатырёва // Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхе́ма. 2020. Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-tendentsii-tsifrovoy-zhurnalistiki-i-novyh-media>. – 23.04.2021.
- 2 Арнхейм, Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. – М., 2019. – С. 316.
- 3 Бабаев, А. А., Создание сайтов / А. А. Бабаев, М. М. Боде, Н. В. Евдокимов. – СПб. : Эксмо, 2019. – 285 с.
- 4 Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учебное пособие / Е. А. Баранова. – М. : ЮРАЙТ, 2017. – 269 с.
- 5 Белоусова, М. Н. Создание мультимедийного контента – особый вид деятельности журналиста / М. Н. Белоусова, А. Н. Ширококов // Вестник Челябинского государственного университета. – 2018. Вып. 64 : Филология. Искусствоведение. – С. 30-33
- 6 Беляев, А. А. Навигация как ключевой компонент визуальной организации веб-сайта // Медиаскоп. 2019 Режим доступа : [www.mediascope.ru/навигация-как-ключевой-компонент-визуальной-организации-веб-сайта](http://www.mediascope.ru/навигация-как-ключевой-компонент-визуальной-организации-веб-сайта). – 16.05.2021.
- 7 Беляев, А. А. Актуальные проблемы современной веб-типографики: взгляд в будущее / А. А. Беляев // Вестник Моск. ун-та. – 2019. – Сер. 10 : Журналистика. – С. 15-22.
- 8 Власть в России выглядит как никогда сплоченной и опасной. На самом деле система управления разрушается и уже не понимает правил, по которым должна функционировать // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 22.05.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/episodes/2021/05/22/vlast-v-rossii-vyglyadit-kak-nikогда-splochennoy-i-opasnoy-na-samom-dele-sistema->

upravleniya-razrushaetsya-i-uzhe-ne-ponimaet-pravil-po-kotorym-dolzhna-funktsionirovat. – 25.05.2021.

9 Выжить на улице Вы оказались бездомным, ваши действия? // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 07.04.2020. Режим доступа : <https://meduza.io/games/vyzhit-na-ulitse>. – 26.05.2021.

10 Галкин, С. И. Техника и технология СМИ: Дизайн периодических изданий / С. И. Галкин. – М. : Аспект Пресс, 2019. – 215 с.

11 Гарретт, Дж. Веб-дизайн: элементы опыта взаимодействия / Дж. Гарретт. – СПб. : Символ-плюсс, 2018. – 177 с.

12 Гарретт, Дж. Веб-дизайн: элементы опыта взаимодействия / Дж. Гарретт. – СПб. : Символ-плюсс, 2018. – 177 с.

13 Горбачев, А. М., Петренко, О. А. Геовизуализация и ее возможности в создании журналистского нарратива // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/geovizualizatsiya-i-ee-vozmozhnosti-v-sozdanii-zhurnalistskogo-narrativa-na-materialah-graficheskogo-byuro-informatsionnogo-agentstva>. – 20.04.2021.

14 Давлетшина, С. Р. «Новые медиа» и тенденции развития мультимедийных жанров // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2019. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-i-tendentsii-razvitiya-multimediynyh-zhanrov>. – 15.05.2021.

15 Дворко, Н. И. Основы режиссуры мультимедиа-программ / Н. И. Дворко. – СПб. : СПбГУП, 2018. – 304 с.

16 Дополнен реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента // Министерство юстиции Российской Федерации. 23.04.2021. – Режим доступа : <https://minjust.gov.ru/ru/events/48414/>. – 06.05.2021.

17 Емельянов, С. В. Информационные технологии и вычислительные системы / С. В. Емельянов. – М. : Аспект Пресс, 2017. – 215 с.

- 18 Задержания в день акций в поддержку Навального 21 апреля. Карта «Медузы» и «ОВД-Инфо» // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 21.04.2021. Режим доступа : <https://meduza.io/feature/2021/04/21/zaderzhaniya-v-den-aktsiy-v-podderzhku-navalnogo-21-aprelya-karta-meduzy-i-ovd-info>. – 26.05.2021.
- 19 Зачем журналистам программирование? // YouTube. 25.12.2019. – Режим доступа : [https://www.youtube.com/watch?v=CrwRKsh5Y\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=CrwRKsh5Y_A). – 12.03.2021.
- 20 Золотухин, А. А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? / А. А. Золотухин, Ю. Н. Мажарина // Вестник ВГУ. – 2019. – № 2. – Сер. Филология и журналистика. – С. 54-58
- 21 Как новые медиа изменили журналистику / А. А. Амзин [и др.]. – М. : Гуманитарный университет, 2016. Режим доступа : <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/#base>. – 28.04.2021.
- 22 Как новые медиа изменили журналистику / А. А. Амзин [и др.]. – М. : Гуманитарный университет, 2016. Режим доступа : <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/#base>. – 28.04.2021.
- 23 Как новые медиа изменили журналистику / А. А. Амзин [и др.]. – М. : Гуманитарный университет, 2016. Режим доступа : <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/#base>. – 28.04.2021.
- 24 Калмыков, А. А. Интернет-журналистика / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 383 с.
- 25 Каптерев, А. И. Мультимедиа как социокультурный феномен / А. И. Каптерев. – М.: Профиздат, 2018. – 224 с.
- 26 Кирсанов Д. М. Веб-дизайн / Д. М. Кирсанов. – СПб. : Эксмо, 2019. – 314 с.
- 27 Колесниченко, А. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе [Электронный ресурс] // электронный научный журнал «Медиа-



скоп». – 2017. – № 1. – Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/1691>. – 28.04.2021.

28 Коломийцева Е. Ю. Актуальные тренды развития новых медиа // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2019. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-trendy-razvitiya-novyh-media>. – 19.04.2021.

29 Конец советов: 20 лет // Lenta.ru. 01.10.2013. – Режим доступа : <http://age.lenta.ru/1993>. – 19.04.2021.

30 Крапивенко, А. В. Технологии мультимедиа и восприятия ощущений: учебное пособие. / А. В. Крапивенко. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2019. – 272с.

31 Купер, А. Об интерфейсе: основы проектирования взаимодействия / А. Купер. – СПб. : Символ-Плюс, 2019. – 368 с.

32 Латенкова, В. М. Методические и творческие проблемы обучения технологии «лонгрида» в практике подготовки журналистов / В. М. Латенкова, О. Р. Самарцев. – СПб : Век информации, 2016 – 331 с.

33 Лукина, М. М., Интернет-СМИ. Теория и практика // под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2018. – 269 с.

34 Лучшие фотографии 2020 года по версии World Press Photo // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 16.04.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/feature/2021/04/15/luchshie-fotografii-2020-goda-po-versii-world-press-photo>. – 25.05.2021.

35 Макнейл, П. Веб-дизайн. Идеи, секреты, советы. /П. Макнейл. – СПб. : Питер, 2019. – 272 с.

36 Медуза ответила на вопросы читателей // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 2014. – Режим доступа : <https://meduza.io/cards/zaday-vopros-meduze>. – 14.05.2021.

37 «Медуза» — иностранный агент. Что дальше? // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 26.04.2021. – Режим доступа :

<https://meduza.io/feature/2021/04/26/meduza-inostranny-agent-chto-dalshe>. – 06.05.2021.

38 «Медузу» признали иноагентом всего за три дня — после жалобы Александра Ионова в Роскомнадзор. Рассказываем, чем известен Ионов и что его так обидело в наших публикациях // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 23.05.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/episodes/2021/05/23/meduzu-priznali-inoagentom-vsego-za-tri-dnya-posle-zhaloby-aleksandra-ionova-v-roskomnadzor-rasskazyvaem-chem-izvesten-ionov-i-chto-ego-tak-obidelo-v-nashih-publikatsiyah>. – 25.05.2021.

39 «Мы превращаем читателя в инфонаркомана»: спикеры Media Makers 2015 о состоянии индустрии // THEORYANDPRACTICE.RU: образовательная платформа. 2018. – Режим доступа : <http://theoryandpractice.ru/posts/12018-media-makers>. – 05.05.2021.

40 Молостова, О. В. Особенности интернет сети, как информационно-коммуникативной среды // StudNet. 2021 – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-internet-seti-kak-informatsionno-kommunikativnoy-sredy> – 23.05.2021.

41 Мультимедийный сторителлинг теоретическое осмысление. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyy-storitelling-teoreticheskoe-osmyslenie>. – 19.04.2021.

42 Назайкин, А. Н. Использование интернет-ресурсов в современных медиарилейшнз // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-internet-resursov-v-sovremennyh-mediarileyshnz>. – 16.05.2021.

43 Назайкин, А. Н. Использование интернет-ресурсов в современных медиарилейшнз // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-internet-resursov-v-sovremennyh-mediarileyshnz>. – 26.04.2021.

44 Нигматуллина, К. Р. Тренды новых медиа-2020 // Журналист: журнал. 30.12.2020. – Режим доступа : <https://jrnlst.ru/trends2020>. – 28.05.2021.

45 Никитенко, А. А. Интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность как детерминирующие типологические признаки сетевых изданий / А. А. Никитенко // Вестник Воронежского государственного университета. – 2019. – No 1. – Сер. Филология и журналистика. – С. 26-28.

46 Оградите Россию от интернета! // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 16.04.2019. – Режим доступа : <https://meduza.io/games/ogradite-rossiyu-ot-interneta>. – 26.05.2021.

47 «Оскар-2021»: главные моменты церемонии – в фотографиях // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 26.04.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/feature/2021/04/26/oskar-2021-glavnye-momenty-tseremonii-v-fotografiyah>. – 25.05.2021.

48 Паркер, Р. «Как сделать красиво на бумаге» / Р. Паркер. – СПб. : Символ-Плюс, 2019.– 368 с.

49 Победили рокеры из Италии, Манижа заняла девятое место (и наши сердечки) Главное о финале «Евровидения» // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 23.05.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/feature/2021/05/23/pobedili-rokery-iz-italii-manizha-zanyala-devyatoye-mesto-i-nashi-serdechki>. – 25.05.2021.

50 Правда, что в приютах только беспородные животные? И кажется, они более агрессивны, да? // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 13.03.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/news/2021/05/23/s-nachala-pandemii-v-rossii-po-ofitsialnym-dannym-covid-19-zaboleli-bolee-5-millionov-chelovek>. – 26.05.2021.

51 Правда, что в приютах только беспородные животные? И кажется, они более агрессивны, да? // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 13.03.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/games/pravda-chto-v-priyutah-tolko-besporodnye-zhivotnye-i-kazhetsya-oni-bolee-agressivny-da>. – 26.05.2021.

52 Прохорова, Е. А. О классификации шрифтов и их функциях // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/o-klassifikatsii-shriftov-i-ih-funktsiyah>. – 23.04.2021.

53 Радионцева, Е. С. Издания о фотожурналистике и фототворчестве: типологические особенности // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2020. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/izdaniya-o-fotozhurnalistike-i-fototvorchestve-tipologicheskie-osobennosti>. – 06.04.2021.

54 Родионова, С. П. Технологии визуализации в современной журналистике // Огарёв-Online. 2020. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-vizualizatsii-v-sovremennoy-zhurnalistike>. – 18.05.2021.

55 Романова, А. Н. Тише едешь, дальше будешь: что такое slow news // Журналист: журнал 24.12.2019. – Режим доступа : <https://jrnlst.ru/slow-news>. – 28.05.2021.

56 Рукобратский, В. Америка закованных небоскребов // Комсомольская правда. 12.02.2014. – Режим доступа : <http://www.kp.ru/daily/real-usa>. – 16.05.2021.

57 Самара, Т. Типографика цвета. / Т. Самара.– М., 2018. – С. 14-25.

58 Силантьева, О. М. Чек-лист мультимедийных форматов // Silamedia.ru. 2019. – Режим доступа : <https://sila.media/checklist/>. – 25.04.2021.

59 Симакова С. И. Мультимедийный сторителлинг - теоретическое осмысление // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2019. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyy-storitelling-teoreticheskoe-osmyslenie>. – 15.05.2021.

60 Симакова, С. И., Исакова, Т. Б. Мультимедийный лонгрид в самостоятельной работе студентов-журналистов // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2017. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyy-longrid-v-samostoyatelnoy-rabote-studentov-zhurnalistov>. – 23.05.2021.

61 Совет Евросоюза рекомендовал облегчить въезд для жителей третьих стран, в том числе России. Скоро можно будет в Европу? // MEDUZA.Ю: сайт издания Meduza. 22.05.2021. – Режим доступа :

<https://meduza.io/cards/soviet-evrosoyuza-rekomendoval-oblegchit-v-ezd-dlya-zhiteley-tretih-stran-v-tom-chisle-rossii-skoro-mozhno-budet-v-evropu>. – 26.05.2021.

62 Соломатин, Д. Д., Соловьев, В. А. Блогинг как катализатор журналистики в медиасистеме России // Вестник науки и образования. 2019. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/bloging-kak-katalizator-zhurnalistiki-v-mediasisteme-rossii>. – 15.04.2021.

63 Спасти «Медузу» // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 29.04.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/feature/2021/04/29/spasti-meduzu>. – 15.05.2021.

64 Студия подкастов отделяется от «Медузы». Ее новое название — «Техника речи» // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 24.05.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/feature/2021/05/24/studiya-podkastov-otdelyaetsya-ot-meduzu-ee-novoe-nazvanie-tehnika-rechi>. – 25.05.2021.

65 Тесленко Л. А., Ковтун Ю. С. Подкастинг в интерактивной журналистике // StudNet. 2020. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/podkasting-v-interaktivnoy-zhurnalistike>. – 16.05.2021.

66 Тусовка или туфта? Тест про лагерный жаргон, который мы используем в повседневной речи // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 7.02.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/quiz/tusovka-ili-tufta-test-pro-lagernyy-zhargon-kotoryu-my-ispolzuem-v-povsednevnoy-rechi>. – 26.05.2021.

67 Фомина, Н. Ю. Мультимедийная журналистика: инструменты, опыт применения в пермских СМИ [Текст] / Н. Ю. Фомина // Вестник молодых ученых ПГНИУ: сб. науч. тр. / отв. редактор В. А. Бячкова; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2018. – С. 454.

68 Черных, А. И. Мир современных медиа. / А. И. Черных. – М. : Территория будущего, 2017. – 312 с.

69 Что перекопают в Москве в 2018 году. И сколько это будет стоить // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 8.04.2018. – Режим доступа :

<https://meduza.io/feature/2018/04/12/что-перекопают-в-москве-в-2018-году-и-сколько-это-будет-стоит>. – 26.05.2021.

70 Шлыкова, О. В. Культура мультимедиа: учеб. пособие для студентов. / О. В. Шлыкова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2018. – 424 с.

71 Ютьюб-шоу «Скажи Гордеевой» и «Радио Долин» становятся самостоятельными проектами // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 11.05.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/feature/2021/05/11/yutyub-shou-skazhi-gordeevoy-i-radio-dolin-stanovyatsya-samostoyatelnyimi-proektami>. – 15.05.2021.

72 Яцюк, О. Г. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / О. Г. Яцюк. – СПб. : БХВ-Петербург, 2018. – 240 с. – Режим доступа : <https://iknigi.net/avtor-olga-yacyuk/45751-osnovy-graficheskogo-dizayna-na-baze-kompyuternyh-tehnologiy-olga-yacyuk/read/page-11.html>. – 26.05.2021.

73 Branch J. SnowFall: The Avalanche at Tunnel Creek // The New York Times. 20.12.2012. – Режим доступа : <http://www.nytimes.com/projects/2012/snowfall>. – 19.04.2021.

74 Firestorm // The Guardian. 26.05.2013. – Режим доступа : <http://www.theguardian.com/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family>. – 20.05.2021.

75 PALC, Little Big, Twenty One Pilots, саундтрек «Круэллы» и «Уси-руся» «Медуза» выбрала 10 лучших песен и клипов недели // MEDUZA.IO: сайт издания Meduza. 23.05.2021. – Режим доступа : <https://meduza.io/slides/palc-little-big-twenty-one-pilots-saundtrek-kruelly-i-usirusya>. – 25.05.2021.

76 The long walk is over // The Economist. 06.12.2013. – Режим доступа : <http://www.mandelaswalk.com>. – 16.05.2021.