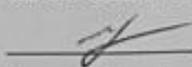


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы Журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

 Е.Г. Иващенко
« 12 » 06 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Спецпроект «Ехай. Лайф» информационного агентства «AMUR.LIFE»

Исполнитель
студент группы 990-об

 15.06.2023
(подпись, дата)

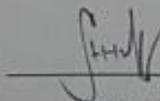
В.С. Козлова

Руководитель
доцент, канд.филол.наук

 15.06.2023
(подпись, дата)

О.Б. Арчакова

Нормоконтроль

 16.06.2023
(подпись, дата)

А.Г. Сайфулина

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

Е.Г. Ивашенко
И.О. Фамилия

«10» 10 2022 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Козловой Валерии
Сергеевны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Спецпроект «Ехай лайф» информационного агентства «Амур. life»
(утверждено приказом от 15.03.2023 № 594-у2)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта): 15.06.2023

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: 1. Ум

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1 Интернет-журналистика как явление; 2 Спецпроект «Ехай лайф» информационного агентства «Амур. life».

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) Приложение А - фото в галерею на ТИТ - это уже большая победа. Приложение Б - скриншоты всего на скриншот, а хиты всего в ЕАД. Приложение В - Арабского 7 дней в неделю: 92-летняя модельер о моде, работе и Физическая культура.

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

7. Дата выдачи задания 20.10.2022

Руководитель выпускной квалификационной работы (проекта) Аргалова Д.Б., доцент, канд. филол. наук
(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дд.мм.гг.): 20.10.22 Аргалова
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 60 с., 6 приложений, 36 источников.

ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА, КОНТЕНТ-АНАЛИЗ, ОБЗОР,
ПУБЛИКАЦИИ, СМИ, ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО, СПЕЦИАЛЬНЫЙ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ, «ЕХАЙ.ЛАЙФ», AMUR.LIFE

В бакалаврской работе исследовано явление интернет-журналистики, а также проведен контент-анализ публикаций спецпроекта «Ехай. Лайф» информационного агентства «Amur.life».

Целями данной исследовательской работы является рассмотрение интернет-журналистики как явления и контент-анализ публикаций, относящихся к специальному информационному проекту «Ехай. Лайф» информационного агентства Amur.life.

В бакалаврской работе были использованы следующие методы: метод контент-анализа, анализ и синтез, наблюдение, анализ документов.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Интернет-журналистика как явление	7
1.1 Интернет-СМИ: понятие, характеристика, классификация	7
1.2 Особенности специальных проектов в интернет-СМИ	23
2 Специальный проект «Ехай. Лайф» информационного агентства AMUR.LIFE	41
2.1 Общий анализ информационного агентства AMUR.LIFE	41
2.2 Характеристика специального информационного проекта «Ехай. Лайф» в информационном агентстве AMUR.LIFE	44
2.3 Анализ публикаций специального проекта «Ехай. Лайф» информационного агентства AMUR.LIFE	48
Заключение	55
Библиографический список	56
Приложение А	61
Приложение Б	63
Приложение В	66
Приложение Г	68
Приложение Д	72
Приложение Е	76

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования заключается в стремительном темпе развития интернет-журналистики. Медиапотребление в последнее время все в большей степени смещается в интернет. По данным ВЦИОМ за январь 2017 г. для 62 % россиян в возрасте от 18 до 24 лет основным источником информации является интернет-платформа. При этом российская интернет-аудитория увеличивается за счет жителей регионов, небольших населенных пунктов, представителей старших возрастных групп.

Под влиянием цифровых технологий в интернет-СМИ возникают новые форматы передачи информации. Благодаря подобным своеобразным свойствам интернет-среды, как мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность, возникла возможность создавать уникальные проекты, базирующиеся на синтезе различных медийных платформ (текст, фото, видео, аудио, инфографика и т.д), а также по-другому взаимодействовать с аудиторией. Известность заполучили специальные информационные проекты.

Целью данной бакалаврской работы является освещения специального информационного проекта «Ехай. Лайф» информационного агентства Amur.life.

Основные задачи работы:

- разобрать определение интернет-журналистики. Выявить ее специфическую характеристику;
- выявить особенности специальных проектов в интернет-СМИ;
- провести анализ информационного агентства Amur.life;
- выявить характеристику специальных информационных проектов в информационном агентстве Amur.life.

Объектом изучения выступило явление интернет-журналистики.

Предметом курсовой работы можно считать освещение специальных проектов в информационном агентстве Amur.life.

Эмпирическая база исследования представлена новостным интернет-сайтом информационного агентства Amur.life.

Степень изученности темы исследования достаточно широкая. По данному направлению написано не мало книг и учебных пособий для вузов. Среди авторов следует выделить Е. Л. Варганову, А. С. Игнатьеву, М. М. Лукину, О. В. Шагалову и многих других.

Методы исследования: метод контент-анализа, анализ и синтез, анализ документов, наблюдение.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в том, что материалы данной работы и выводы могут быть использованы в деятельности практикующего журналиста.

Теоретическая значимость состоит в раскрытии тематического материала, предложении новых данных о предмете и объекте исследования. Иными словами, демонстрация важности проведенной работы с точки зрения существующей теории.

Структура бакалаврской работы строится в соответствии с поставленными целями и задачами, включая в себя: содержание, введение, две главы, заключением, библиографический список и приложения.

1.1 Интернет-СМИ: понятие, характеристика, классификация

Некоторые определения интернет-СМИ несколько шире и включают в себя любой ресурс в Интернете, который регулярно публикует новости и статьи, привлекая аудиторию либо целевую аудиторию по определенным тематикам. Интернет-СМИ может включать в себя блоги, новостные сайты, видеохостинги, социальные сети и другие онлайн-ресурсы, которые публикуют новости, мнения и комментарии, а также предоставляют возможность создания интерактивных обсуждений. Важно отметить, что интернет-СМИ не обязательно должен быть зарегистрирован как средство массовой информации в соответствии с законодательством.

Некоторые характеристики, которые определяют, может ли интернет-ресурс быть считаемым за СМИ, включают наличие редакторской политики, количество пользователей и аудитории, наличие рекламы, возможность комментирования и обратной связи с читателями, а также наличие профессиональных журналистов в составе редакции. Таким образом, интернет-ресурсы, которые соответствуют большинству этих характеристик, можно отнести к СМИ.

А. С. Игнатьева дает определение интернет-СМИ: «Средство не массовой, а глобальной коммуникации (сетевой ресурс), являющийся средством массовой информации, переведенный в онлайн-формат, и предназначенный для передачи и распространения информации от адресанта к адресату в пределах планетарного масштаба»¹.

М. М. Лукина под «интернет-СМИ» подразумевает род ресурсов в Интернете, выполняющих функции средства массовой информации. При этом СМИ в Интернете, так же, как и традиционные медиа (газеты, телевидение,

¹ Игнатьева А. С. Метафорика научно-публицистического медиа-текста online-формата: дис. канд. филол. наук. Иркутск, 2006. 154 с.

радиовещание), производят информацию с определенной периодичностью журналистами и отражают жизнь общества².

В свою очередь О. В. Шагалова дает определение интернет-СМИ, опираясь на типичные признаки классического средства массовой информации. Интернет-СМИ – это посещаемые относительно большой аудиторией сайты, регулярно обновляющиеся, созданные для представления журналистской продукции, социально значимую информацию (новости, статьи)³.

Л. К. Лободенко определяет интернет-СМИ как издание, зарегистрированное в информационно-телекоммуникационной сети интернет в качестве средства массовой информации, с периодически обновляемой и распространяемой массовой общественно значимой информацией, имеющий признаки гипертекстуальности, мультимедийности, интерактивности и онлайн новости⁴.

Интернет-СМИ по своей природе достаточно уникальны и имеют особенности контента, концепции, формата. Обуславливается это той средой, в которой оно распространяется.

Основываясь на трудах С. Г. Машковой, можно выявить следующие особенности изданий, существующих в веб-среде:

- открытость и доступность;
- оперативность;
- удобство;
- измеримость;
- персонализация;
- интерактивность;
- гипертекстуальность;
- мультимедийность.

² Коллектив авторов. Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов 2010. 67 с.

³ Шагалова О. Интернет-СМИ: типология и описание: исследовательская работа. 2019 г. 114 с.

⁴ Лободенко Л. Медиа контент интернет-СМИ в информационно-коммуникативной системе региона: Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика Выпуск № 2 21 с.

Первое, открытость и доступность. Веб-среда является децентрализованной сетью, что характеризует ее как саморегулирующуюся структуру без четких правил и органов контроля. Информация в интернете не подвергается жесткой цензуре⁵.

Доступ к интернет-источникам сегодня есть почти у каждого человека. В современном мире достаточно иметь одно устройство, с помощью которого можно выйти в интернет и получить доступ ко всем ресурсам без ограничений. Это определяет интернет-СМИ, как одно из самых доступных средств для аудитории. Они не зависят от вашего расположения. Можно из любой точки планеты выйти в «сеть» и найти для себя нужную информацию. В целом, интернет-СМИ представляет собой уникальный инструмент массовой коммуникации, который обладает множеством преимуществ перед традиционными СМИ. Благодаря своей доступности, взаимодействию с аудиторией, оперативности, разнообразию контента и географической независимости он становится все более популярным среди пользователей и важным инструментом для распространения информации.

Скорость работы веб-среды способствует более быстрому доступу читателей к новостной и информационной информации. Узнать последние новости и высказаться о них можно всего за несколько кликов. Благодаря этому онлайн-СМИ становятся более доступными и интерактивными для аудитории.

Однако, оперативность веб-среды также имеет свои недостатки. Быстрое и не всегда проверенное распространение информации может приводить к распространению фейковых новостей и ложной информации. Это создает риск негативного влияния на общественное мнение и репутации.

Таким образом, оперативность веб-среды имеет свои преимущества и недостатки и требует сбалансированного подхода со всех сторон: СМИ, читателей и общественности в целом.

⁵ Машкова. Интернет-журналистика. Тамбов: 2006. 165 с.

Удобство веб-среды. Интернет-СМИ предоставляют пользователю больше возможностей для взаимодействия и обратной связи. Читатель может оставлять комментарии, делиться статьями в социальных сетях и общаться с другими пользователями. Также интернет-СМИ дают возможность быстро обновлять информацию и следить за событиями в режиме реального времени.

Еще одним преимуществом интернет-СМИ является возможность получения персонализированной информации. Пользователь может выбирать интересующие его темы и подписываться на соответствующие ресурсы, что позволяет получать только ту информацию, которая действительно интересна ему. Необходимо отметить, что интернет-СМИ имеют более низкие затраты на производство и распространение контента, что позволяет им предлагать доступ к новостям и материалам бесплатно или за символическую плату.

Измеримость веб-среды. Для измерения веб-среды используются различные инструменты, такие как аналитические программы Google Analytics, Яндекс. Метрика, Adobe Analytics и другие. Эти инструменты позволяют следить за поведением посетителей на сайте, оценивать эффективность рекламных компаний, анализировать конверсию и др. метрики.

Например, с помощью аналитических программ можно узнать, какие страницы сайта наиболее популярны у посетителей, какие материалы чаще всего делятся в социальных сетях, какие источники трафика приводят больше посетителей и т. д. Эта информация позволяет оптимизировать содержание сайта и делать его более привлекательным для аудитории.

Более того, измеримость веб-среды помогает анализировать эффективность рекламных кампаний. Например, если владелец сайта запустил контекстную рекламу, то он может оценить, сколько посетителей пришло на сайт с рекламных объявлений, сколько из них совершило целевое действие и сколько стоит каждое такое действие.

Также, с помощью измеримости можно узнать свою целевую аудиторию, ее предпочтения, потребности и интересы. Это позволяет создавать более

персональный контент и настроиться на индивидуальные потребности каждого посетителя.

В целом, измеримость веб-среды существенно повышает эффективность работы интернет-СМИ, помогает создавать более привлекательный контент и привлекать большую аудиторию.

Например, с помощью аналитических программ можно узнать, какие страницы сайта наиболее популярны у посетителей, какие материалы чаще всего делятся в социальных сетях, какие источники трафика приводят больше посетителей и т. д. Эта информация позволяет оптимизировать содержание сайта и делать его более привлекательным для аудитории.

Более того, измеримость веб-среды помогает анализировать эффективность рекламных кампаний. Например, если владелец сайта запустил контекстную рекламу, то он может оценить, сколько посетителей пришло на сайт с рекламных объявлений, сколько из них совершило целевое действие и сколько стоит каждое такое действие.

Также, с помощью измеримости можно узнать свою целевую аудиторию, ее предпочтения, потребности и интересы. Это позволяет создавать более персональный контент и настроиться на индивидуальные потребности каждого посетителя.

В целом, измеримость веб-среды существенно повышает эффективность работы интернет-СМИ, помогает создавать более привлекательный контент и привлекать большую аудиторию.

Персонализация веб-среды. Персонализация позволяет предоставлять более релевантную информацию пользователю. Например, если человек находится в определенном городе, то ему будет интересно получать новости и события из этой локации. Если же речь идет о представителях определенного пола, то им могут быть интересны новости и реклама, связанные с продуктами, привлекающими внимание именно этой категории потребителей.

Таким образом, персонализация информации для каждого пользователя помогает улучшить опыт его пребывания на сайте, повышает его интерес к

контенту и увеличивает вероятность перехода на рекламные страницы. В результате, это увеличивает доходность интернет-СМИ и делает его более конкурентоспособным на рынке.

Машкова С.Г. определяет интерактивность веб-среды, как аспект общения с аудиторией, который происходит намного легче. Интернет позволяет не только публиковать информацию, но и получать обратный ответ от пользователя. Происходит это благодаря разным сервисам и функциям. Именно этого не хватает другим СМИ. Интерактивность помогает поддерживать общение с аудиторией, выявить их предпочтения. Весомым отличием интерактивности в интернет-СМИ от интерактивности в традиционных видах СМИ – это возможность общения в реальном времени⁶.

В свою очередь М.М. Лукина дает определение интерактивности как способность информационно-коммуникационной системы активно выстраивать персонализированные связи после реагирования на действия пользователя.

Важной специфической особенностью глобальной сети является гипертекстуальность. Благодаря этому, пользователь может не только быстро получить искомую информацию, но и углубиться в нее, переходя по ссылкам на связанные материалы. Гипертекстуальность стала основой для создания таких важных элементов глобальной паутины, как поисковые системы и браузеры. Без гипертекстуальности интернет не смог бы так быстро и эффективно развиваться.

Благодаря гипертекстуальности материалы в интернете более полные и информативные, а пользователям гораздо удобнее выправлять и выбирать путь своего познания в интернете. Гиперссылки в тексте встречаются обычно двух видов: внутренние и внешние. Внутренние ссылки ведут читателя на страницы этого же сайта, а внешние-ссылаются на другие источники.

Лукина дает следующее определение: «Гипертекстуальность-свойство, ориентированное на бесконечное множество свободных текстов, имеющих

⁶ Машкова. Интернет-журналистика. Тамбов, 2006. 165 с.

внутренние корреляционные ссылки, и предполагающих отсутствие чтения и линейного повествования».

Мультимедийность-самая значимая и отличающая черта интернет-СМИ от других. Она позволяет использовать в одном материале все виды контента: текст, изображение, видео. Этот аспект почти полностью заменяет традиционные виды изданий. Слияние всех каналов передачи информации в единое целое дает читателю более полную картину, раскрывая саму суть материала. Лукина определяет мультимедийность как подачу информации с помощью разнообразных медийных платформ (вербального текста, фотографии, аудио-, видео-, графики, анимации).

Исходя из этого, выявлены главные отличия интернет-СМИ от традиционных видов СМИ:

- доступны и географически независимы;
- оперативны, чего не хватает другим видам СМИ;
- удобны для современных активных людей, которые ценят свое время;
- доступен в любое время суток, пользователь может работать в удобном для него режиме и просматривать ресурс в любое время.

Другой важный плюс интернет-СМИ заключается в том, что информация может быстро обновляться. В отличие от традиционных СМИ, в которых новости выходят только раз в день или несколько раз в неделю, в интернете материалы могут публиковаться в реальном времени. Таким образом, читатели могут быстро получать самые свежие новости и информацию.

Кроме того, в интернете подача информации может быть более интерактивной и позволить читателям принимать участие в дискуссиях и обсуждениях. Это может способствовать более глубокому и осознанному пониманию содержания материалов.

И, наконец, интернет-СМИ позволяют журналистам использовать разные форматы для передачи информации. Это может быть текст, фото, видео или

аудио. Такой подход повышает интерес и глубину охвата читателей, что является важным преимуществом для журналистов.

В то же время, интернет-продукты обладают значительно большей гибкостью и могут быть быстро адаптированы к изменяющемуся рынку и потребностям аудитории. Они позволяют владельцам СМИ получать обратную связь от пользователей и анализировать ее для улучшения продукта. Это позволяет активно взаимодействовать с аудиторией и развивать свой продукт в соответствии с их потребностями.

Более того, интернет-продукты имеют возможность быстро распространяться среди пользователей благодаря специальным функциям для социальных сетей, каналов RSS и других инструментов маркетинга в Интернете. Это позволяет владельцам СМИ быстро получать охват аудитории и стимулировать взаимодействие с ней.

В целом, выбор между интернет-продуктами и другими СМИ зависит от потребностей бизнеса или проекта. Тем не менее, интернет-продукты являются более экономически эффективными и гибкими, что делает их привлекательным выбором для многих владельцев СМИ.

Современные процессы перехода к мультимедийным вещательным платформам и системам выводят медиаконтент на новый информационно-коммуникационный уровень и способствуют формированию у журналистских, рекламных медиатекстов следующих свойств:

- онлайн новость (от англ. online -«находящийся в состоянии подключения»);
- режим связи в системе на постоянном соединении с Интернет;
- интертекстуальность-диалогическое взаимодействие предшествующих и параллельных во времени текстов, устанавливающее между ними связи (за счет использования цитат), которое обеспечивает реализацию смысла, заданного автором;
- поликодовость-объединение в единое коммуникативное целое различных семиотических кодов.

Все представленные свойства Лукиной дают возможность интернет-СМИ создавать на одной площадке различные форматы журналистских и рекламных материалов, непрерывно обновлять информацию и передавать ее в режиме реального времени, предоставляя пользователю максимальную свободу выбора информации, ее персонифицировать, участвовать в обсуждении и создании медиаконтента.

Интернет-СМИ можно классифицировать по множеству разных оснований. Характер и состав участвующих субъектов, направленность и масштаб распространения:

- по социально-структурному контуру: социальные (на уровне общества),
- внутригрупповые (межгрупповые) и межличностные;
- по территориальному охвату: глобальные, общенациональные, локальные;
- по характеру контакта: непосредственные и технически опосредованные;
- по структуре общающихся субъектов: от одного ко многим, от многих ко многим, от многих – к одному, от одного – к одному. Общающиеся субъекты на любом из «полюсов» могут быть анонимными и не анонимными друг для друга;
- по направленности: конкретно направленные (адресные) и рассеянные (вероятностные);
- по степени открытости: публичные и непубличные.

Можно сделать вывод, что интернет-СМИ имеют много отличий от традиционных средств массовой информации. Интернет-СМИ имеют ряд специфических особенностей, таких как доступность, мгновенность, возможность взаимодействия и обратной связи с читателями, быстрое обновление контента. Кроме того, они могут использовать различные форматы контента: текстовые материалы, фото, видео, аудио, интерактивные элементы.

Однако, как и традиционные СМИ, интернет-издания также занимаются сбором, анализом и представлением информации, имеют свои редакционные политики и этические стандарты. Также они могут воздействовать на общественное мнение и формировать общественную дискуссию на различные темы.

Таким образом, хотя интернет-СМИ имеют много новых возможностей, они все же сохраняют основные функции традиционных СМИ, такие как информирование, образование и развлечение.

Первым подобием интернет-СМИ можно считать «Вечерний интернет» Антона Носика. Это авторская колонка, что-то между журналистикой и блогом, она была весьма популярна. Также существовали и другие проекты, имеющие меньший успех, например: «Паровозов-News» А. Гагарина, выходящий под псевдонимом Иван Паровозов. Между такими проектами много общего: они созданы одним автором, их контент в основном состоял из обзоров, то есть подборки самого интересного из всемирной паутины. Таким образом интернет-журналистика формировалась зачастую людьми, не имеющими никакого отношения к традиционной журналистике.

На сегодняшний день по количеству пользователей интернет является несомненным лидером. Для справки, аудитория радио достигла более 50 млн. человек спустя 38 лет после его создания, телевидение – около 20, а интернет привлек 50 млн. пользователей спустя всего четыре года. Всемирная сеть охватывает большую часть обитаемой суши и множество.

Немаловажное значение имеет и то, что типология изданий в интернете значительно отличается от той, что мы имеем вне виртуального пространства. Это отличие заключается в том, что интернет – это не просто коммуникативная система. Это система, объектом которой является человек имеющий право на внесение изменений, на комментарии и выражение своего мнения. Сеть – это уже веяние времени. В нем проявляется культура нового поколения, наверное, в этом и заключается секрет его популярности. Этим же обусловлено и появление сленга.

Сленг в интернете – это разновидность языка, который формируется в процессе общения в виртуальном пространстве. Он является своеобразной культурной характеристикой интернет-сообщества и представляет собой смесь различных языков и даже материалов из других источников, таких как телевидение, фильмы и музыка. Сленг в интернете используется в основном в чатах, на форумах, в социальных сетях и других коммуникационных платформах.

Часто интернет-сленг обладает быстротой и точностью выражения, что облегчает коммуникацию в быстротечной среде, такой как интернет. Но его использование также может привести к недопониманию, особенно если собеседники не являются носителями этого сленга или просто не знакомы с его терминами. Также интернет-сленг может казаться неприемлемым или неграмотным для тех, кто предпочитает более формальный язык.

В целом, типология изданий в интернете и использование интернет-сленга представляют собой важные аспекты коммуникации в виртуальном пространстве, которые нужно учитывать для успешного общения в интернете.

Интернет сейчас является единственным информационным источником, который вызывает настоящий интерес аудитории, и чья аудитория постоянно расширяется не только количественно, но и качественно, за счет увлеченных читателей. Мировой кризис дает возможность для развития. Продажи печатных изданий падают, а посещаемость страниц в интернете - напротив, возрастает. Реклама в интернете приносит очень высокие прибыли при почти полном отсутствии затрат.

Это приводит к тому, что все больше изданий переходят в онлайн, создают собственные сайты и приложения. Также все больше компаний начинают расширять свое присутствие в интернете, запуская собственные блоги, социальные сети, видеоканалы и т.д.

Благодаря растущей популярности интернета, появляются новые форматы контента, такие как видео, подкасты, аудио и т.д. Это дает возможности для творческого развития и создания новых форматов журналистики.

Однако стоит отметить, что увеличение количества информации также приводит к проблеме фильтрации и проверки достоверности источников. Также появляется опасность защиты персональных данных пользователей.

Тем не менее, интернет является мощным инструментом для распространения и обмена информацией, и его роль в журналистике продолжает расти.

Чтобы говорить о тенденциях развития интернет-журналистики, обратимся к актуальности интернета как медиа площадки. Электронное пространство не ограничивает основные функции журналистики (коммуникативную, идеологическую, культурно-просветительскую, методологическую и организаторскую), позволяя им полноценно реализовываться. Но, в отличие от печатной, web-журналистика представляется более эффективной, так как, благодаря техническим возможностям сети, имеет больше возможностей:

- высокий уровень мобильности. Работа в интернет-СМИ идет в онлайн режиме. К примеру, в сети мы можем прочитать новостную публикацию о событии, произошедшем час назад. Газеты и журналы такой возможности не имеют;

- неограниченность объема. В пространстве интернета может быть размещена любая (текстовая, иконическая и т.п.) информация в неограниченном объеме. Технические возможности в этом плане могут позволить размещение целиком длинных статей, диссертаций и прочего, чего не скажешь о традиционных печатных СМИ;

- упрощенный поиск. Существует возможность мгновенного доступа к нужному изданию при помощи ввода адреса или названия в поисковую строку. В случае журналистики реальной (печатной, ТВ, радио), нередко возникают трудности в поиске необходимого издания или выпуска новостей. К примеру, ситуация, когда читатель не успел ознакомиться со старым выпуском печатного СМИ, а в продаже его уже не найти, тогда как в онлайн версии все материалы хранятся в электронном архиве;

– гипертекстуальность. Данная функция доступна лишь в веб-журналистике. В материалах могут встречаться термины или профессионализмы, понятные не каждому читателю. В такой ситуации гиперссылка составляет альтернативу толковому словарю для уточнения непонятных слов;

– обратная связь. Такая функция есть и у печатных редакций, но в случае интернет-СМИ, она осуществляется в разы быстрее. Пользователь может оставлять комментарии в обсуждении статей, высказывать свои пожелания. Таким образом, автор корректирует свои публикации в интересах аудитории;

– упрощенная верстка. В сравнении с печатными изданиями, верстка публикаций на сайте упрощена либо совсем отсутствует.

Интернет позволяет голосам общества звучать громче и становиться более слышимыми. Люди могут проявлять активность и влиять на решения власти, выражать свое мнение, обсуждать проблемы и предлагать решения. Государственные органы также могут использовать интернет для получения обратной связи, оценки обстановки в обществе и для эффективного реагирования на различные ситуации.

Однако, необходимо отметить, что интернет также может использоваться для дезинформации, манипуляции общественным мнением и распространения фейковых новостей. Это создает необходимость в том, чтобы пользователи интернета более критически подходили к информации, которую они получают. Также государственным органам приходится разработать механизмы контроля за распространением вредной информации в интернете.

В целом, интернет стал мощным инструментом взаимодействия между государством и обществом. Если использовать его эффективно и ответственно, то это может привести к более открытому, прозрачному и демократическому обществу.

Таким образом, из всего вышесказанного мы делаем вывод, что у сетевых СМИ существуют неоспоримые преимущества по отношению к традиционной прессе, они проявляются:

- в неограниченном охвате аудитории и оперативности предоставления информации;
- в низкой себестоимости распространения информации;
- в хранении информации в базах данных с поиском, анализом, а также в возможности многократного ее использования;
- в полноте и мгновенной доступности архива ранее опубликованных статей;
- в установлении взаимосвязей между единицами информации при применении технологии гипертекста;
- в новом уровне взаимоотношений с аудиторией, возможности персональных контактов, интерактивности издания.

К важнейшим специфическим особенностям сетевых СМИ относятся:

- интеграция новостей с другими видами контента (содержания) и сервисными услугами; интерактивные возможности при работе с аудиторией;
- формирование мнения общества и индивида происходит не силами отдельных изданий, пусть даже в рамках единых программ, а Медиа в целом, что влечет за собой изменение рекламных и PR-технологий;
- общественное мнение приобретает реальные очертания, но вовлечение общественности в принятие решений, например, в виде рейтингов и голосований на сайтах, влечет за собой и новые возможности манипулирования.

Но web-журналистика также имеет и слабые стороны:

- появление гражданской журналистики (блоги, вики, YouTube), информация в таких источниках может не проверяться, а соответственно быть ложной или неточной;
- анонимное ведение блогов. Как показывает статистика, 55 процентов блогеров пишут свои сообщения в интернете под псевдонимами. Здесь возникает возможность распространения ложной информации, навязывание публике негативных настроений по отношению к власти и т.п.

В сравнении традиционных медиа и электронных изданий также возникают неоднозначность: исчезает понятие эксклюзивной информации.

Любая новость, добытая журналистом нелегкими путями, за несколько минут, или даже секунд, тиражируется на весь интернет, таким образом получается, что читателю уже неинтересен первоисточник и ценность информации снижается.

Однако, несмотря на это, электронные издания имеют свои преимущества перед традиционными медиа. Например, в интернете можно получить доступ к самой свежей информации, независимо от места нахождения. Кроме того, электронные издания позволяют получить более широкий спектр мнений, так как каждый может высказаться в комментариях и форумах. Также, электронные издания часто содержат интерактивные элементы, которых нет в традиционных медиа, что делает процесс чтения более удобным и интересным.

Таким образом, каждый вид медиа имеет свои преимущества и недостатки, но в целом, рост электронных изданий привел к более быстрой и доступной информации, позволяющей получить обширный обзор мнений и идей из различных источников.

С развитием интернета появляются определенные тенденции, несомненно, оказывающие влияние на онлайн-СМИ.

Реклама уходит в интернет. Мало того, что web-реклама может быть абсолютно разной (видео, изображение, аудио, анимация и т.д.), в сравнении с печатной, ТВ- и радиорекламой, она не так прихотлива к размещению. Такая тенденция стала заметна ещё в начале нулевых, причиной тому послужило скоротечное развитие поисковых систем. Набирая запрос, пользователь получает нужную ему информацию и рекламу, соответствующую данному сегменту информации.

Таким образом, web-реклама стала более целевой и эффективной, что привело к увеличению её доли на рынке рекламы. В последние годы, с развитием социальных сетей и мобильных устройств, реклама также активно переносится в онлайн-пространство, что снова расширяет её возможности и увеличивает конкуренцию на рынке. В целом, можно сказать, что реклама продолжает эволюционировать и адаптироваться под новые условия рынка, и интернет стал доминирующей площадкой, на которой она развивается.

Суммарный объем рекламных бюджетов в средствах распространения рекламы за вычетом НДС составил свыше 75 млрд. руб., что на 18% больше, чем за аналогичный период предыдущего года. За исключением сегмента прессы все остальные сегменты рекламного рынка продемонстрировали рост к показателям I квартала 2015 года. Этот показатель способствует устойчивому развитию интернет-СМИ.

Сокращение классических СМИ. Сокращение классических СМИ связано с изменением предпочтений читателей и зрителей, которые все больше ориентируются на визуальную информацию и получают ее через социальные медиа. Однако, эксперты считают, что это открывает новые возможности для традиционных СМИ, которые могут адаптироваться к новым требованиям аудитории и расширять свое присутствие в цифровой сфере. Важно сохранить роль классических СМИ как надежного источника информации и умело использовать новые технологии для развития. Эта тенденция очень заметна на примере эволюции социальных медиа: от блогов с длинными и развернутыми записями пользователи перешли в Twitter, который позволяет писать сообщения длиной не более 140 символов. Несмотря на это, говорить об уходе традиционных СМИ пока рано, так как такие изменения открывают новые возможности.

Стоит отметить, что интернет-СМИ выигрывают и в экономическом плане: на web-площадки информационное размещение стоит дешевле, чем в традиционных СМИ; у издателей сокращаются затраты: на печать продукции или получение лицензии на вещание, также сокращается штат, словом, при работе онлайн-СМИ оплачиваются только гонорары журналистов, помещение офиса и услуги интернет-провайдера. Еще один плюс сетевых СМИ заключается в том, что интернет, в силу своей стоимости, доступен не всем слоям населения, таким образом, аудиторию интернета составляют по большей части обеспеченная и платежеспособная аудитория.

Однако, это утверждение не совсем верно. Хотя доступ в Интернет действительно стоит денег, но в настоящее время цена за интернет-услуги

значительно снизилась, что позволяет все большему числу людей получать доступ в Интернет. Более того, существуют различные программы помощи и государственные инициативы, направленные на повышение доступности интернета для всех слоев населения. Кроме того, социальные сети и другие онлайн-платформы стали очень популярными среди разных групп населения, включая молодежь, старшее поколение и людей с низким уровнем дохода. Таким образом, можно сделать вывод, что контент в сетевых СМИ может достигать разных социальных слоев населения и не обязательно ограничиваться обеспеченной и платежеспособной аудиторией.

1.2 Особенности специальных проектов в интернет-СМИ

Всемирная история массмедиа доказывает, что появление и развитие новых технологий практически постоянно проводило к изменению каналов массового общения либо к смене первенствующей формы. Так, в конце XIX века открытие и изучение радиоволн привело к созданию радиотелеграфа и радиоприемника, и как следствие, радио стало ключевым средством массовой коммуникации в первой половине XX века. Позже, после исследований потенциала электросвязи в области передачи изображения, изобретения и внедрения их результатов в практику, наиболее авторитетным и популярным инструментом коммуникации стало телевидение. Возникновение интернета как канала распространения массовой информации вызвало ситуацию, не ясную с точки зрения приоритета средств фиксирования и передачи этой самой информации. Основной формой коммуникации прессы представляется печатное слово, радио-слово устное, телевидения-визуальный образ. У онлайн-коммуникации основной формы нет. Онлайн-коммуникация предполагает синтез всех возможных коммуникационных элементов с помощью цифрового кода. Именно здесь и возникает понятие «мультимедиа». Однако как культурное явление мультимедиа не возникло одновременно с изобретением интернета и компьютера. В широком смысле под данным понятием можно понимать сочетание различных способов представления информации - текстовой, визуальной, звуковой. Обратившись к истории культуры, к ее прецедентным

текстам, можно увидеть, что мультимедийные черты впервые проявились в кинематографе, однако зритель был пассивным объектом информационного воздействия. Соединение двух и более способов передачи информации – например, сочетание вербального способа и жестикуляции – по мнению ряда ученых, уже позволяет говорить о мультимедиатизации процесса коммуникации. Наиболее сложным для определения сущности способом коммуникации является письменность, так как она представляет собой абстрактный вид общения: письменный текст абстрагирован и от автора, и от аудитории.

Тем не менее, с появлением электронных устройств для хранения и передачи текстовой информации, письменная коммуникация стала более доступной и широко распространенной. Кроме того, возможности современных мультимедийных технологий позволяют интегрировать текстовую информацию с различными видами медиаконтента, такими как изображения, звуки и видео. Это создает новые возможности для взаимодействия и обмена информацией между людьми.

Таким образом, мультимедийные технологии изменили способы коммуникации и потребления информации, и сегодня они играют огромную роль в нашей жизни. С развитием интернета, социальных сетей и мобильных устройств, мультимедиа стала еще более доступной и популярной формой коммуникации. На сегодняшний день существует множество способов создания и использования мультимедийного контента, и в будущем можно ожидать дальнейшего развития и усовершенствования этой технологии.

Американские исследователи Р. Пакер и К. Джордан в 2002 году в одном из своих исследований доказали наличие предпосылок мультимедийности в эссе «Произведения искусства будущего» («The Art-Work of the Future»)⁷ Рихарда Вагнера. В нем немецкий композитор использовал термин «gesamtkunstwerk», который приблизительно можно перевести на русский язык как «тотальное произведение», «комплексное произведение» или «синтез искусств». Р. Пакер и

⁷ Wagner R. The Art-Work of the Future // Richard Wagner's Prose Works. Vol. 1 1895 P. 69-213.

К. Джордан отмечали, что термин «gesamtkunstwerk» впервые был употреблен еще в 1827 году в работе немецкого философа и теолога Карла Фридриха Трандорфа. По мнению Р. Вагнера, «комплексным», «тотальным» произведением является музыкальная драма, в которой соединены музыка, изобразительное искусство, поэзия, танец и драматургия. Если принять Р. Вагнера одним из первых теоретиков «комплексной (синтетической) передачи информации (мультимедиа), то получается, что история исследований данного предмета насчитывает более 150 лет.

Близким к термину «мультимедийность» представляется понятие «конвергенция». Более того, охват «конвергенции» принято анализировать шире, нежели объем «мультимедийности». К примеру, кандидат филологических наук Д. Кульчицкая в своей работе «Конвергенция и мультимедийность: точки пере-сечения и отличия» пишет, что объем определения конвергенции содержит в себе понятие мультимедийности. По отношению к средствам массовой информации термин «конвергенция» стал использоваться раньше, нежели «мультимедийность». старания осмысления понятия предпринимались еще в 1980-х годах. Собственное видение исходного процесса в медиа порекомендовал профессор Массачусетского научно-технического института Итьель де Сол Пул в 1987 году. Конвергенцией он именовал «стирание границ между медиа как средствами обоюдной коммуникации, такими как телефон, почта, телеграф, и как средствами массовой коммуникации, такими как пресса, радио и телевидение»⁸.

Ключевыми в этом определении нам видятся слова «стирание границ». Безусловно, данные границы пролегают в разных плоскостях – не только на уровне творчества и производства, но и на уровне планирования менеджмента. Норвежские ученые Андерс Фагерйорд и Танья Сторсул в исследовании «Questioning Convergence» в 2007 году определили термин конвергенции и выделили несколько интерпретаций данного явления:

⁸ Pool I. D. S. Electronics Takes Command // London: The Open University, 1987. P. 231.

- «конвергенция сетей;
- конвергенция терминов;
- конвергенция услуг;
- конвергенция рынков;
- конвергенция регулирования;
- конвергенция жанров и форм»⁹.

Из приведенных выше видов наиболее интересной представляется последняя интерпретация, в рамках которой поднимаются вопросы трансформации печатно-журнальных жанров в момент их перехода в плоскость мультимедиа. Данная интерпретация является интересной, так как современные технологии и интернет позволяют расширить возможности журналистики и передачи информации, а также изменить форматы и жанры контента. Это может привести к возникновению новых жанров и подходов в журналистике, а также к повышению влияния мультимедиа-контента на аудиторию. Однако, возникают и новые вызовы, такие как поддержание качества и надежности информации, адаптация к персонализированному контенту и борьба с фейковыми новостями.

Если конвергентность-это «стирание границ», то мультимедийность – их сочетание. В связи с этим мультимедийный формат предполагает не бездумное использование различных способов презентации информации, а требует обоснованной, мотивированной и логичной комбинации элементов.

Как отмечают отдельные ученые, сферы употребления определения мультимедиа на протяжении истории его формирования модифицировались. До 1980-х годов оно использовалось предпочтительно в сфере телевидения и рассматривалось как его феномен и сущностное свойство. В 1980-х же годах слово «мультимедиа» претерпел отдельные изменения в связи с внедрением в обиход «аудио-видео-компьютера»-устройства, предназначенного для записи информации на дисках. В 1990-х во избежание путаницы и разночтений стало использоваться высказывание «true multimedia»-«истинного мультимедиа». Под

⁹ Fagerjord A., Storsul T. Questioning Convergence // Ambivalence Towards Convergence. Digitalization and Media Change. Goteborg.: Nordicom, 2007 P. 19-32.

ним понималось чистое мультимедийное пространство, в котором равноценно существуют все его объекты, то есть нет, к примеру, приоритета видео, как в телевидении, или приоритета текста, как в печати.

В конце XX века континуум напрямую был связан с совокупностью технологических средств, которые были важны для обработки и дистрибуции печатной (книги и журналы), а также видео- и аудиоинформации (телевизионные и радиопрограммы, музыка).

Мультимедиа позиционировалось как техническое новшество, следовательно исследованием его и связанных с ним процессов занимались, ключевым образом, представители технических наук.

Тогда же – в конце XX века – слово «мультимедиа» использовался по отношению к СМИ для обозначения «материальной реализации мысли медиаконвергенции, т. слияния всех каналов передачи информации-периодической печати, радиовещания, телевидения и интернета - в единое целое»¹⁰.

Известный голландский ученый Марк Дезе в работе «What is Multimedia Journalism?» в 2004 году определил два подхода к определению мультимедиа в журналистике:

– «представление новостей, упакованных на веб-сайте с использованием двух или более медиаформатов (устная и письменная речь, музыка, анимация, видео, картинки и другие графические элементы), включая интерактивные и гипертекстуальные элементы;

– интеграция новостей посредством различных медийных платформ (веб-сайты, электронная почта, смс, радио, телевидение, телетекст, печатные газеты и журналы)»¹¹.

Оба этих определения М. Дезе находит возможными исключительно в качестве «конечных точек» процессов медиаконвергенции. Под этой точкой М. Дезе понимает мультимедийную редакцию.

¹⁰ Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов. 2013. 348 с.

¹¹ Dewze M. What is Multimedia Journalism? // Journalism Studies. Vol. 5 2004 № 2 P. 139-152.

В настоящее время медиапространство в России находится на этапе трансформации. Новые технологии являются главной причиной развития современного информационного сообщества. На данном этапе имеет большое значение процесс заманивания пользователей в процесс создания контента по причине обострившейся конкуренции за общественное внимание. Как вывод, следует предоставить аудитории шанс «не только прочитать, но и откликнуться, не только посмотреть, но и послать свое видео, не только задать вопрос, но и получить на него ответ и комментарии других заинтересованных в обсуждении людей»¹².

Успех в современной медиаиндустрии зависит не только от качества и оригинальности контента, но и от степени взаимодействия с аудиторией. Важно создать условия для общения, обмена мнениями и идей, для формирования коммуникативного пространства, где пользователи могут вести диалог и вносить свой вклад в создание контента. Кроме того, в современной медиа среде играет большую роль профессиональная этика и добросовестность, так как фальсификация и манипуляция информацией негативно влияют на доверие аудитории и портят имидж медиаиндустрии в целом. Важно стремиться к достоверности и объективности информации, а также уметь отстаивать свою позицию без агрессивности и дискредитации оппонентов.

Таким образом, успешное развитие медиаиндустрии в России зависит от создания благоприятной общественной среды, доступной и открытой для всех участников. Это требует усилий как со стороны медиа компаний, так и со стороны пользователей, которые должны проявлять активность и ответственность в своих взаимоотношениях со средствами массовой информации.

Индивид как член социума в настоящее время развивается под влиянием довольно интенсивной информационной сферы. «СМИ стали аудиовизуальной окружающей средой, с которой мы непрерывно и автоматически

¹² Качкаева А. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. 2010. С. 9.

взаимодействуем. Это почти постоянно присутствующий фон, ткань нашей жизни»¹³, – полагает учёный М. Кастельс. Другой исследователь, Е.Л. Вартанова, в статье «О современном понимании СМИ и журналистики» рассуждает о становлении «медийного человека», «поскольку и процесс принятия решений большинством людей, и само существование их в значительной степени определяется СМИ». Основываясь на выборе тем, содержания, средств и формы передачи информации, масс-медиа создают конкретный образ реальности и ограничивают аудиторию в рамках восприятия её факторов.

Фомичёва полагает, что «процесс формирования информационной повестки дня в Интернете затрудняется»¹⁴. Исследователь полагает, что причины заключаются в следующем: «во-первых, колоссальный рост количества ресурсов (диверсификация), среди которых каждый пользователь может выбирать тот, что сочтет нужным. Во-вторых, присущая возможность быстрого обновления контента вплоть до режима реального времени. В- третьих, возможность для каждого пользователя определять свой маршрут, что способствует дроблению, демассификации аудитории»¹⁵. Сфера всемирной паутины организована более чем мозаично, нежели по уровням. «Она принципиально множественна и требует от пользователя постоянного переключения на различные банки данных, отчего целостность мировосприятия у современного человека нарушается.

В традиционных СМИ решением проблемы дезориентации аудитории в огромном массиве информации является рубрикация, которая «позволяют сформировать основу содержательно-тематической модели издания, определить важнейшие тематические направления его публикаций, и поддерживается периодичностью выхода материалов, которая помогает аудитории ориентироваться в потоке информации во времени и в пространстве. Но учитывая неограниченный ни во времени, ни в пространстве доступ аудитории к

¹³ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. ГУ-ВШЭ, 2000. С. 320.

¹⁴ Фомичева И. Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов. 2007. 24 с.

¹⁵ Там же

Сети, СМИ пошли дальше, используя актуальные интерактивные возможности интернета.

Одной из форм постройки информации в медиaprостранстве выступает ведение специального проекта. В науке до недавнего периода не существовало ни работ по изучению проектов, ни даже целого определения понятия проект, а само понятие применялось исключительно касаясь технической деятельности.

Специальный проект – это медиакампания или серия материалов, направленных на достижение конкретной цели. Он может быть как одноразовым, так и повторяющимся в определенные периоды времени, и предполагает совместную работу команды журналистов, дизайнеров, видеографов и других специалистов. Целью специального проекта может быть привлечение внимания к социальной проблеме, освещение важной темы, привлечение новой аудитории или улучшение имиджа медиаконпании. Специальный проект может включать разные форматы материалов – тексты, фото, видео, интерактивные графики, аудио-документы и т.д. – и использовать разнообразные каналы распространения информации – сайт, социальные сети, мессенджеры, печатные и электронные издания. Ключевыми элементами специального проекта являются хорошо продуманная концепция, комплексный подход к реализации и точно определенные показатели эффективности, которые могут быть измерены и проанализированы после окончания проекта.

Кроме того, «используя в СМИ модель управления проектами из теории менеджмента и учитывая все специфики функционирования масс-медиа, можно предположить, что, специальный проект в СМИ-это комплекс информационных продуктов разнообразных жанров и мероприятий, посвященных одной теме, конструирующих или решающих определенную проблему, оказывающих влияние на конкретную целевую аудиторию для достижения запланированной цели».

Для разграничения медийных проектов, нами был взят принцип выбора объекта для освещения и формы реализации. Это означает, что с точки зрения содержания спецпроекты могут быть:

– информационными, т.е. в их основе лежит определённый информационный повод. Им может быть значимое для всего социума или его части событие, а также юбилей какой-либо даты;

– тематическими, т.е. в их основе – определенная идея или проблема, выдвинутая и конструируемая редакцией.

С точки зрения формы спецпроект в интернет-СМИ может быть реализован как рубрика, т.е. при помощи серийной подачи материалов. Классифицируются эти данные следующим образом:

– тип проекта по территориальному принципу (федеральный / региональный / городской);

– по принципу выбора объекта (тематический/ информационный);

– по форме реализации (рубричный/ мультимедийный);

– по целевой аудитории;

– используемые жанры;

– формы обратной связи;

– наличие мультимедийных элементов;

– цель проекта.

Если анализировать внутреннюю структуру спецпроектов, то можно отметить, что данный формат разрешает автору осуществлять разнообразные задачи с использованием не только структурно - композиционных инструментов, но и технических средств, сервисов, платформ и так далее. «Все ресурсы, весь интерактивный потенциал и технические новшества, а также средство организации связи между модулями ориентированы на вовлечение пользователя в организованное автором пространство, где первый приобретает сравнительную свободу действий, что позволяет предельно использовать собранный материал». Это означает, что компоненты спецпроекта невозможно разграничить как значительные и неважные. К примеру, «обработка звука и музыки, служащей не исключительно звуковым оформлением, но вдобавок оказывающей мощное эмоциональное воздействие, которое исключительно усиливается при синхронизации с видео-информацией» равна по значимости подготовке,

например инфографики, как-никак все эти элементы обязаны воздействовать на эмоции аудитории.

Важно отметить, что в спецпроектах каждый компонент несет свою функциональную нагрузку и приносит свой вклад в формирование общей идеи проекта. В то же время, все эти компоненты интегрируются в единую систему, создавая гармоничное и запоминающееся впечатление у пользователей.

Также стоит отметить, что для создания спецпроектов необходимо привлекать к работе не только специалистов в области журналистики, но и дизайнеров, программистов, маркетологов и других профильных специалистов. Только благодаря командной работе и их умению взаимодействовать создается качественный и уникальный продукт.

Итак, можно сказать, что главной особенностью и преимуществом спецпроектов является их многослойность, комплексность и многогранность. Эти проекты не только позволяют передавать информацию на более глубоком уровне, но и способствуют повышению интереса и вовлеченности аудитории благодаря использованию разнообразных технических и креативных решений.

Виртуальная среда построена не по принципу строгой иерархии, а в высшей степени мозаично. Она требует от пользователей регулярно переключаться между множеством банков данных в процессе поиска нужной информации и формировании информационной картины дня – «совокупности обсуждаемых в интернет-издании тем и информационных поводов, создающих медиакартину социальной реальности и определяющих для аудитории их приоритетность и значимость на данный момент времени». Процесс формирования информационной картины дня, как утверждает исследователь социологии интернет-СМИ И. Д. Фомичева, в последние годы сильно затрудняется в силу «колоссального роста ресурсов, быстрого обновления контента (вплоть до режима реального времени) и возможности для каждого

пользователя «определять маршрут», что способствует дроблению и демассификации аудитории»¹⁶.

Вовлеченность аудитории в чтение длинных текстов в интернете обеспечивается современными технологиями представления контента, обеспечивающими максимальную адаптацию объемных материалов для потребления в цифровой среде. Одним из таких успешных цифровых форматов является мультимедийный лонгрид (long read-длинное чтение), в основе которого лежит паритетное сочетание объемного текста и аудиовизуальных (мультимедийных) компонентов.

Отечественные исследователи Д. Кульчицкая и А. Галустян определяют лонгрид как «журналистское произведение, в основу 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».

Одновременно как формат и как технологию лонгрид описывают О. Р. Самарцев и В. М. Латенкова: «Объединяя в себе клиповость и дискретность, привычные для потребителя информации в Интернете, максимальную мультимедийность и одновременно характерный сугубо для печатных изданий «длинный текст» (более 5000 знаков), лонгрид становится эффективным переходным форматом между традиционной журналистикой смыслов к современной журналистике фактов и скорости».

А. Колесниченко отмечает, что для лонгридов характерны темы, выходящие за рамки одного конкретного случая или ситуации, описывающие либо новое явление, тренд, значимое изменения в обществе, либо системное расследование происходящего в какой-либо сфере¹⁷. Некоторые же исследователи и создатели лонгридов уверены, что темой лонгрида может быть «какая-либо история». К примеру, В. Пуля пишет, что лонгрид «должен

¹⁶ Фомичева И. Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов. 2007. 335 с.

¹⁷ Электронный ресурс. Колесниченко. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе. 2015 №1

рассказывать интересную историю. Все остальное: графики, картинки и так далее – только помогают вам донести эту историю во всей полноте»¹⁸.

Один из важных признаков лонгрида – наличие событийного или проблемного сюжета. При выборе темы следует не только оценить ее информативный потенциал, но также учитывать эмоциональную составляющую.

В лонгридах часто используется событийный или проблемный сюжет, который позволяет не только рассказать о событиях или проблемах, но и подчеркнуть эмоциональный компонент. Это позволяет привлечь внимание читателей и создать более живой и запоминающийся текст. Однако, при выборе темы лонгрида нужно быть осторожным, чтобы не стать жертвой сенсационной журналистики и не использовать эмоциональный компонент только для привлечения внимания, не учитывая информативность и объективность материала.

Важность равенства мультимедийных платформ при передаче информации (текст, фото, видео, аудио) заключается в возможности быстрого и эффективного формирования идеи. Использование визуальных компонентов в виде объемного текста, такого как лонгрид, также способствует более убедительному и яркому изложению материала.

Действительно, мультимедийные платформы сегодня равноправно используются для передачи информации, и каждая из них имеет свои преимущества и недостатки. Например, текстовое сообщение может быть более точным и информативным, чем видео, но видео может лучше передать эмоции и настроение. Но несмотря на это, важно помнить, что в конечном итоге формат не играет ключевую роль в передаче идеи – главное, чтобы контент был качественным, информативным и интересным для целевой аудитории.

Руководитель кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета С. Симакова обрисовывает это следующим образом: «Парадоксально, но факт: интернет с его знаменитой

¹⁸ Электронный ресурс. Пуля В. Как создать мультимедийный лонгрид?

триадой мультимедийность-интерактивность-гипертекст, а также конвергентные технологии медиатеоретики еще вчера считали заклятым врагом текстового контента. Вне всякого сомнения, интернет-коммуникация расширяла и расширяет границы визуального <...> именно интернет-среда позволяет создавать синтетичный медиапродукт, который, не противореча тенденциям визуализации современного мира и ориентируясь на синкретическое медиавосприятие, делает текст равноправным фрагментом журналистского продукта или даже его стержневым, важнейшим элементом. В данном случае оказывается, что мультимедийные компоненты продвигают текст, делают его заметным, доступным, авторитетным и, конечно, вписывают его в современные медиапотребительские практики».

Преобразование текста с помощью визуализации позволяет создать увлекательный и удобный семантический комплекс из простыней текста с видеороликами, графиками, фоновой музыкой, интерактивными иллюстрациями и интегрированными цитатами. Каждый элемент не является простым дополнением к тексту, а равноправным партнером, тесно взаимодействующим с другими элементами, чтобы создать последовательность идеально совместимых частей и максимально удобно перенимаемую концепцию. Поэтому все компоненты, включая размер и количество иллюстраций, шрифты и другие детали, тщательно изысканы и сбалансированы, чтобы достичь грамотной и последовательной презентации мыслей в лонгридах.

Значительные выводы о влиянии визуализации на понимание информации в цифровой среде сделал профессионал по юзабилити Якоб Нильсен, возглавлявший исследовательскую группу, которая изучала движения зрачков глаз посетителей веб-сайтов. Группа пришла к выводу, что чтение страницы в интернете приблизительно повторяет начертание латинской буквы F¹⁹.

Также Нильсен одним из первых выдвинул тезис о «поверхностном чтении» и «сканировании текстов» в интернете, то есть быстром просмотре и

¹⁹ Nielsen J. F-Shaped Pattern For Reading Web Content // Nielsen Norman Group.

пропуске «больших» и «сложных» материалов. Нильсен, рассмотрев один и тот же фрагмент текста в разных форматах, пришел к выводу о целесообразности видоизменения текста при его переходе в цифровую плоскость и выдвинул следующие основные рекомендации:

- необходимо сократить количество слов;
- необходимо уйти от субъективной подачи материала, от эмоциональной окраски и двусмысленности;
- необходимо структурировать визуальное представление текста путем деления на более мелкие абзацы, введения списков и т. д.

Теоретических исследований о медийных спецпроектах крайне мало. Практика их создания намного опережает теорию вопроса. Также нет единой общепринятой дефиниции для обозначения данного специального продукта. В среде профессионалов СМИ распространен термин «проект», который «до недавнего времени употреблялся преимущественно в технической сфере и был связан с документацией по созданию каких-либо сооружений и зданий»²⁰. Канадский исследователь и предприниматель Майкл Мескон в книге «Основы менеджмента» предлагает считать проектом «совокупность задач или мероприятий, связанных с достижением запланированной цели, которая обычно имеет уникальный и неповторяющийся характер».

В связи с тем, что проектам свойственно большое многообразие, М. Мескон предлагает классифицировать их по сфере деятельности, в которой осуществляется проект, его предметной области, масштабу и длительности. К числу наиболее важных признаков проектов М. Мескон относит:

- «признак изменений – наиболее важная характеристика проекта, так как его осуществление всегда несет в себе изменения предметной области, в которой он реализуется;
- признак ограниченной во времени цели и продолжительности проекта; признак «неповторимости» и «новизны»;

²⁰ Воропаев В. И. Управление проектами в России. 1995. 225 с.

– признак «разграничения» – каждый проект имеет четкие рамки своей предметной области и должен быть отделен от других проектов или предприятий, которые не носят характер проекта»²¹.

Исчерпывающее определение термину «специальный проект» по отношению к СМИ дает медиаисследователь М. Под ним она предлагает понимать тип информационного продукта, «основой которого представляется корреспондентский текст, создающийся на отдельной странице; различающийся немалым объемом и продолжительностью материала во времени; сочетающий в себе все разнообразие аудиовизуальных, графических средств; организованный на мультимедийном интерактивном нарративе <...> специальный коллективный мультимедийный проект редакции, посвященный конкретному событию, важной проблеме, актуальной дате, многоаспектной теме, предполагающей максимально полное изучение материала»²².

Ввиду прагматической направленности спецпроектов Л. В. Иванова обращает внимание на идеологическую тенденциозность спецпроекта, поскольку «они несут в себе идею, которая должна запечатлеться в воспринимающем сознании»²³ и вместе с этим отмечает, что они могут реализовывать различные функции:

– информационно-просветительскую (информационный продукт, реализующий эту функцию, должен содержать актуальные сведения о фактах и явлениях и обеспечивать распространение и усвоение новых знаний);

– культурно-образовательную (данная функция ответственна за формирование мировоззрения аудитории на уровне миропонимания; реализуя ее, спецпроект обеспечивает развитие культурного тезауруса аудитории);

– социально-ориентирующую (ее реализация проявляется во влиянии на мировоззренческие основы и ценностные ориентации аудитории, на

²¹ Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1997. 492 с.

²² Булаева М. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат. 2015 № 4.121-123 с.

²³ Иванова Л. В. Использование теории связей с общественностью в учебном процессе подготовки журналистов (на примере освоения формата «спецпроекта») 2016 № 9 (391). 78-86 с.

самосознание людей, на их идеалы и стремления, включая мотивацию поведенческих актов);

– рекреативно-развлекательную (гедоническая функция, функция релаксации; принято считать, что ее реализуют произведения развлекательного характера; чтобы материалы рекреативного характера выполнили свою функцию, они должны быть выполнены на высоком качественном уровне и нести заряд положительных эмоций);

– идеологическую функцию, функцию памяти (в случае успешной реализации данной функции у аудитории формируется определенный тип сознательности как единства сознания (внутренняя модель внешнего мира) и самосознания (осознание своего места в этом мире));

– имиджевую, рекламную функцию (предполагает формирование положительного отношения к чему-либо (продукту, явлению, человеку и т. д.), а также формирование потребительского спроса на него).

Таким образом, обобщая теоретические представления, можно отметить в качестве природообразующего признака спецпроекта полифункциональность. Это подтверждается и генетической связью спецпроекта и лонгрида, сочетающего реализацию нескольких функций одновременно: например, информационно-просветительскую и культурно-образовательную, как в совместном спецпроекте ТАСС и Министерства культуры РФ «Живая история. Путешествия с программой «Моя Россия»²⁴. А если специальный проект подготовлен редакцией в партнерстве с какой-либо компанией, то к реализуемым функциям чаще всего добавляется имиджевая.

Поскольку одним из ключевых признаков, формирующих специальные проекты в медиа, является использование разнообразных аудиовизуальных и интерактивных элементов, журналисты, отвечающие за такие проекты в электронных и интернет-версиях традиционных СМИ, стремятся использовать все возможные технологические инструменты и часто проверяют новые,

²⁴ Живая история. Путешествия с программой «Моя Россия» (дата обращения 13.05.2023).

передовые технологии на практике. В дополнение к обычным видеороликам, используются технологии виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности, а статическая инфографика может быть заменена более динамичной и интерактивной.

Медленная журналистика в формате Лонгрида пока еще остается главным в специальных проектах, однако появляются и другие форматы.

Хотя спецпроекты как вид медиаконтента широко используются в масс-медиа, в науке они до сих пор остаются плохо изученными, а теоретические исследования не предоставляют подробной информации о современных технологиях создания. Необходимо провести исследование современной практики, выявить характеристики спецпроектов и описать их функциональные, содержательные, жанрово-форматные, стилистические и технические возможности, чтобы эффективно использовать их для решения информационных, имиджевых и коммерческих задач. Спецпроект представляет собой мини-сайт, расположенный в отдельном окне со стартовой страницы сайта СМИ и использующий широкий спектр инструментов мультимедиа в сотрудничестве с партнерами редакции СМИ.

Такие проекты обычно создаются для достижения определенных целей, таких как повышение уровня читательской активности, привлечение новых аудиторий, развитие имиджа медиа, повышение доходов и других коммерческих задач. Каждый спецпроект имеет уникальную концепцию, которая определяет его основную тематику и направление.

Функциональные возможности спецпроектов могут включать в себя графический дизайн, веб-разработку, видеопродакшн, анимацию, интерактивные приложения, аналитику и другие инструменты. Содержательные возможности спецпроектов могут включать в себя новости, аналитику, репортажи, интервью, фотографии, видеоматериалы, мультимедийные презентации, а также создание уникального контента с использованием специализированных источников материалов.

Жанрово-форматные возможности спецпроектов могут включать в себя редакционные материалы, специальные рубрики, подкасты, вебинары, конференции и другие форматы, которые могут привлечь аудиторию и обеспечить максимальный охват. Стилистические возможности спецпроектов могут включать в себя использование различных стилей и тонов, которые соответствуют тематике и целевой аудитории.

Технические возможности спецпроектов могут включать в себя использование новых технологий, таких как искусственный интеллект, машинное обучение, блокчейн и другие, которые позволяют создать более эффективный и интерактивный контент.

Таким образом, спецпроекты являются важным инструментом для достижения информационных, имиджевых и коммерческих целей в медиаиндустрии. Их функциональные, содержательные, жанрово-форматные, стилистические и технические возможности требуют дальнейшего изучения и развития, чтобы создавать более эффективный и привлекательный контент для аудитории.

2 СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ЕХАЙ. ЛАЙФ» ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА AMUR.LIFE

2.1 Общий анализ информационного агентства Amur.life

История развития информационного агентства Amur.life берет свое начало еще со времен работы телевизионной компании «Альфа-канал». Его основателем стал Игорь Геннадьевич Горевой.

Телеканал впервые вышел в эфир 12 февраля 2001 года и просуществовал до 2019 года. За этот период времени «Альфа-канал» завоевал доверие 300 000 амурчан.

Свою творческую карьеру на амурском телеканале начинали такие журналисты как Александра Бублик (сейчас ведущая программы «Доброе утро» на Первом канале), Анна Пробенко (телеведущая, главный редактор ИА «Амур.инфо»), Константин Че (экс-журналист, бизнесмен).

За время своего существования на телеканале выходили такие программы как: «Альфа-новости», «Простые вопросы», «Крылья», «С любимыми не расставайтесь...».

30 июня 2019 года в эфир вышел последний выпуск «Альфа-новости» и телеканал перестал существовать. Причиной для этого стала финансовая нестабильность, так как компания имела статус частного СМИ и весь доход шел только от телерекламы.

На смену «Альфа-каналу» пришло информационное агентство «Амур.инфо», которое существовало и развивалось как часть телеканала еще с конца 2001 года. После небольшого перерыва в начале 2002 года возобновил свою деятельность и с 19 июня 2002 года работает в ежедневном режиме.

После прекращения работы «Альфа-канала» большая часть сотрудников стала работать над продвижением информационного агентства, но в 2020 году, когда СМИ перешло к новому владельцу часть коллектива под предводительством Игоря Геннадьевича Горевского стала работать над новым

проектом «Amur.life». О причинах такого решения Игорь Горева рассказал в своем интервью на программе «Простые вопросы». «Компании 18 лет, три учредителя. У нас сложились разные взгляды на развитие компании, разные жизненные ситуации, разные интересы, иногда противоположные. Поэтому мы решили продать бренд, на вырученные средства компания выкупает долю учредителей, я создаю резервный фонд, чтобы пройти переходный период, и мы продолжаем работать и заниматься тем, чем привыкли заниматься»²⁵.

Основная часть коллектива «Амур.инфо» поддержала идею и присоединилась к созданию нового информационного портала. 30 июля 2020 года Amur.life был официально зарегистрирован как средство массовой информации Амурской области. Изначально агентство являлось интернет-журналом и размещалось на сайте информационного агентства «Амур.инфо».

Информационное агентство относится к интернет-СМИ. Собственной газеты, телеканала или радио у него нет, но высоко развит новостной сайт. Все публикации размещаются на официальном сайте и в социальных сетях: Telegram, «Одноклассники», «ВКонтакте», «Facebook», «YouTube», до недавнего времени журналистские материалы размещались та же и в сети «Instagram»²⁶, а также в телеграм – канале «Сканер» и на платформе Яндекс «Дзен».

По данным компании «Медиалогия», Amur.life входит в пятерку самых читаемых СМИ в Амурской области²⁷. Информационное агентство занимает 4 строчку в рейтинге за 1 квартал 2023 года.

Основными цветами агентства являются красный, белый и черный. Такая цветовая палитра привлекает внимание читателя и побуждает в нем желание зайти и прочитать новость.

²⁵ ИА «Amur.life»: Команда амур. инфо теперь на Amur. Life. офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.amur.life/people/2020/06/30/komanda-amur-info-teper-na-amur-layf> (дата обращения: 05.06.2023).

²⁶ ИА «Amur.life»: офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.amur.life/?ysclid=lj514cmpso469491072> (дата обращения: 05.06.2023).

²⁷ Компания Медиалогия. офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/12074/?ysclid=lj519hu9v5360154157> (дата обращения 05. 06. 2023)

Заголовки в материалах чаще всего в виде сообщения. Они предоставляют главную информацию, о которой пойдет речь в материале. Не редко можно встретить заголовки-цитаты и в форме вопроса. Реже всего на сайте информационного агентства встречаются игровые заголовки.

На сегодняшний день в коллектив «Amur.life» входит несколько отделов: рекламный, технический, юридический, бухгалтерский, корреспондентский и медийный. Каждый из них занимает ключевую роль в работе всего информационного агентства.

Над созданием новостных материалов трудится коллектив из 5 журналистов, один из которых работает на удаленной основе. Также в редакции есть корректор, 4 внештатных сотрудника, а также редактор и продюсер новостей, которые так же являются пишущими журналистами.

Материалы на новостном сайте выходят ежедневно с периодичностью примерно в 30 минут. Темы, которые поднимают корреспонденты редакции имеют в большей степени социальную направленность. На официальном сайте агентства сказано: «Amur.life – сайт о людях: здесь можно узнать, что, где и с кем происходит и как с этим жить. В команде работают сильнейшие журналисты, которые делают материалы на социально значимые темы, поднимают больные (и не только) вопросы и помогают решать проблемы граждан»²⁸. Несмотря на это журналистами так же поднимаются и темы экономики, политики, криминала. Так в материале «Амурские полицейские установили личность и задержали в Чите подозреваемого в убийстве»²⁹ рассказывается о том, как управлению уголовного розыска УМВД Амурской области удалось задержать подозреваемого в убийстве фермера, а в публикации

²⁸ ИА «Amur.life»: офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.amur.life/?ysclid=lj514cmpso469491072> (дата обращения: 05.06.2023).

²⁹ ИА «Amur.life»: Амурские полицейские установили личность и задержали в Чите подозреваемого в убийстве. офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: : <https://www.amur.life/news/2023/06/13/amurskie-policeyskie-ustanovili-lichnost-i-zaderzhali-v-drugom-regione-podozrevaemogo-v-ubiystve> (дата обращения: 05.06.2023).

«С 2025 года пенсии в России по новому и дважды»³⁰ автор посвящает своих читателей в изменения, которые коснутся неработающих пенсионеров в 2025 году.

Хоть «Amur.life» и является региональным изданием, в ленте новостей не редко можно встретить материалы федерального уровня. Например, из последних сообщение от Минобороны России об освобождении города Артемовск в Донецкой Народной Республике³¹ и информация о смерти актера и режиссера Рустама Уразаева³².

Так же на сайте присутствует и развлекательный контент. Он представлен в форме обзора, опросов, голосований, конкурсов.

На сайте можно часть встретить новости о происшествиях, жизни города, сборе средств для нуждающихся и многое другое. Такие материалы помогают не только заинтересовать читателя, но и наладить обратную связь. Для этих целей в каждом материале открыты комментарии, где люди могут высказать свое отношение к произошедшему. Так же на самом сайте опубликованы номер телефона редакции и электронная почта для связи с агентством.

В информационном агентстве Amur.life большинство материалов, это истории от жителей города и Амурской области. Читатели пишут, предлагают тему, а через некоторое время с ними связывается корреспондент издания и узнает всю необходимую информацию для написания материала. Публикации из других СМИ области корреспонденты не берут, а изучают первоисточники.

2.2 Характеристика специального информационного проекта «Ехай. Лайф» в информационном агентстве Amur.life

³⁰ ИА «Amur.life»: С 2025 года пенсии в России по-новому и дважды. офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.amur.life/news/2023/06/11/s-2025-goda-pensii-v-rossii-budut-indeksirovat-po-novomu-i-dvazhdy> (дата обращения: 05.06.2023).

³¹ ИА «Amur.life» Минобороны объявило об освобождении Артемовска.: офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.amur.life/news/2023/05/21/minoborony-obyavilo-ob-osvobozhdenii-artemovska> (дата обращения: 05.06.2023).

³² ИА «Amur.life»: Умер актер сериала «Глухарь» Рустам Уразаева. офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.amur.life/news/2023/05/19/umer-akter-iz-seriala-gluhar-rustam-urazaev> (дата обращения: 05.06.2023).

Отдельную рубрику в информационном агентстве «Amur.life» занимают спецпроекты. Новости в этой рубрике более масштабные по своему объему и содержанию. Не редко в них можно встретить не только журналистский текст, но и таблицы, фотографии, видео файлы, как актуальные, так и содержащие в себе архивные сведения.

Спецпроекты в информационном агентстве Amur.life представляют собой своеобразный сборник материалов, объединенных одной тематикой. Обычно это темы экономики и социальной жизни области. В них журналисты отвечают на актуальные вопросы, которые интересуют жителей Амурской области.

Так о том, как жил Благовещенск в прошлом корреспонденты рассказывают в проекте «Когда-то Life». Материалы данной рубрики выходили еще в 2018 году, тогда информационное агентство было известно как информационный журнал Amur.life, выходивший на официальном сайте информационного агентства «Амур. инфо». Сначала они не были объединены одной тематикой, а больше представляли собой новостные заметки на различные темы. Первые материалы «о прошлом Благовещенска» появились лишь в сентябре 2020 года. Первый материал был о звездах мирового масштаба на Амурской осени (Лоллобриджида, Ришар, Лэйн Дэвис). Так же одним из первых материалов был «Олды вспомнят: как Благовещенск выходил в интернет 20 лет назад?» и рассказывал о том, как жители столицы Приамурья впервые подключались к интернету.

Периодичность первых материалов рубрики была не постоянной, но журналисты агентства старались выпускать публикации 1 раз в неделю. Это не всегда удавалось по техническим причинам. Материалы могли выходить как через три дня, так и через две недели. В 2021 году публикации «о прошлом Благовещенска» стали выходить примерно в одно и то же время-раз в пять-семь дней. На сегодняшний день выпуск материалов рубрики «Когда-то. Лайф» происходит каждую неделю.

Инфоповодами при написании материала становятся:

– знаменательные даты, которые приходятся на неделю – например, празднование дня города до 2006 года, когда он отмечался, выпускной, последний звонок, новый год, пожар и взрыв на спиртзаводе в начале 00-х.

– актуальные события (корреспондент вспоминает яркие эпизоды из прошлого, привязывая их к другим инфоповодам – например, смерть известного горожанина, открытие/закрытие предприятий и пр.) Так при закрытии на ремонт Первомайского парка автор материала показывает, как он выглядел в 90-е, при продаже здания 3 горбольницы – вспоминал, как его закрыли и продали.

Кроме того, корреспонденты создают тематические «сериалы» – например, цикл видео о том, как изменились определенные места, перекрёстки (улицы 50 лет октября - Амурская, район ОКЦ, набережная);

Некоторые яркие кадры, которые попадают в архиве, выходят без явного инфоповода.

Стиль подачи материала за все время существования рубрики не изменился и сохраняет первоначальный вид.

В публикациях автор рассказывает читателям не только о былых временах, заставляя ностальгировать по ушедшим годам, но и напоминает о серьезных авариях, которые пережила Амурская область. Так в материале «Наводнение-2013. Как амурчанам помогали звезды»³³ автор напоминает нам о сильном наводнении, за развитием которого наблюдала вся Россия. В тот период развернулась одна из самых масштабных волонтерских акций спасения «Амур'13», в которой приняли участие как жители Приамурья, но и приезжие из других регионов, а также звезды из мира шоу-бизнеса.

Пишет материалы для рубрики «Когда-то. Лайф» корреспондент информационного издания Amur.life Татьяна Викторовна Удалова.

Одним из последних материалов в этой рубрике стал материал о том, как проводили последние звонки в 90-е.

³³ ИА «Amur.life»: Наводнение-2013. Как амурчанам помогали звезды. офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.amur.life/life/2021/07/24/navodnenie-2013-kak-amurchanam-pomogali-zvezdy> (дата обращения: 05.06.2023).

Еще одним спецпроектом в Amur.life является «Ехай. Лайф». Он рассказывает о тех людях, которые по тем или иным причинам уехали или решили остаться в Амурской области.

Изначально материалы по этой теме публиковались как отдельные новости, но 11 июля 2022 года все материалы, связанные с тематикой переезда, стали выходить как отдельная рубрика.

Первый материал вышел уже 15 июля 2022 года, но съемки начались еще в феврале. Героем первого материала «Ехай. Лайф» стала амурчанка Дарья Нефедьева, которая переехала жить в Санкт-Петербург. Женщина рассказала о том, как из-за серьезной болезни была вынуждена переехать жить в северную столицу России и о том, как ее жизнь изменилась после того, как она уехала с Дальнего Востока.

Сегодня материалы выходят с периодичностью примерно раз в 2-3 дня. Все зависит от времени, затраченного на создание и поиск и согласование с героем съемок выпуска.

Спецпроект «Ехай. Лайф» – это не только интервью, но и обзоры цен, в том числе на недвижимость, рейтинги вузов, обзоры вакансий и так далее.

Специальный проект относится к отдельной рубрике, но имеет свои подкатегории:

- «До/после» показывает, как изменился Благовещенск, его улицы, строения и жизнь людей;
- «Записки понаехавших» – это категория, в которую входят материалы, связанные с историями людей, которые переехали в другой город, их истории и какие плюсы и минусы они выделили для себя.
- «Жизнь на ДВ» рассказывает о том каково жить на Дальнем Востоке, с чем чаще всего сталкиваются люди, проживающие в этой части России и в каком регионе Дальневосточного федерального округа лучше или хуже условия проживания.

- «Недвижимость» анализирует цены на квартиры/дома в Благовещенске, показывает, где и как выгоднее купить недвижимость.
- «Статистика». Авторы материала в данной категории приводят мнения экспертов в определенной области, связанной с Дальним Востоком.
- «Рейтинг ДФО»
- «Переезжаем», это материалы о людях, которые по тем или иным причинам решили уехать из Амурской области и обосноваться в другой части страны.
- «Интервью» рассказывает истории людей, достигших больших успехов в различных отраслях жизни общества. Неизменно выходит в формате живой беседы на камеру с героем материала.

Формат интервью является особенностью специального информационного проекта «Ехай. Лайф». Практически каждый материал сопровождается 10-15-минутным диалогом между корреспондентом и героем публикации.

Главными цветами спецпроекта являются зеленый, фиолетовый и белый. Их можно встретить не только на главном постере, но и в каждом видеосюжете во время заставки.

Заставка разрабатывалась монтажерами информационного агентства и полностью отражает тему всего специального проекта. Используются изображения и видеок cadры с багажом, взлетающим самолетом и залом аэропорта.

Над созданием выпуска трудится не один журналист, а целая команда. Виктория Литинская, корреспондент издания выступает в роли ведущего и продюсера, Андрей Саржин – продюсер и оператор, основатель информационного издания Игорь Горевой выступает в роли ведущего и редактора проекта «Ехай. Лайф».

2.3 Анализ публикаций специальных проектов: «Когда-то. Лайф» и «Ехай. Лайф» в информационном агентстве «Amur.life»

Аналізу были подвергнуты материалы, опубликованные в рубриках «Ехай. Лайф» на официальном сайте информационного издания Amur.life за май-июнь 2023 г.

«Пойти в «Танцы» на ТНТ – это уже большая победа: Anna Soul рассказала о танцах, работе с иностранцами и со звездами» спецпроект «Ехай. Лайф». Официальный сайт информационного агентства Amur.life, 15 мая 2023г. (приложение А).

В данном материале автор затрагивает тему переезда из Благовещенска с целью личностного роста.

Автор материала рассказывает и показывает историю экс-амурчанки, которая уехала из Благовещенска и достигла больших высот в танцевальной сфере. Девушка работает с российскими звездами и развивает свой потенциал танцора.

На сегодняшний день тема личностного роста достаточно востребована у людей. Каждый хочет достичь определенных высот в своей карьере или в любимом увлечении, но не каждый знает, как это можно реализовать.

Публикация относится рубрике «Ехай. Лайф», так как рассказывает историю девушки, которая покинула Амурскую область и достигла больших высот в определенной деятельности.

В материале присутствует текстовая часть, которая подводит читателя к самому главному – видео-интервью с героем публикации. Само видео располагается в самом конце новости и придерживается стиля специального информационного проекта.

Тема не потеряет своей актуальности даже через десятки лет, так как всегда будут люди, которые стремятся достичь определенных высот в той или иной деятельности. Человечество всегда будет стремиться перешагнуть через предел возможностей и добиваться новых результатов.

«Лучше всего на Сахалине, хуже в ЕАО: рейтинг регионов ДФО по уровню социально-экономического развития» спецпроект «Ехай. Лайф». Официальный сайт информационного агентства Amur.life, 15 мая 2023 г. (приложение Б).

Темой материала можно считать социально-экономическое положение регионов ДФО.

Автор рассказывает в каком из районов Дальневосточного федерального округа ситуация с социально-экономическим положением складывается лучше. В материале приведен рейтинг районов, в которых социально-экономическая ситуация складывается лучше или хуже.

Социально-экономическая ситуация в разных регионах всегда будет непостоянной. Где-то ситуация будет лучше, а где-то заметно хуже. Достичь равных условий проживания во всех районах Дальнего Востока практически невозможно из-за ряда причин. Люди всегда будут стремиться обустроиться там, где показатели регионального развития находятся на, если не на высшем, то хотя бы на уровне не ниже среднего.

Материал относится к рубрике «Ехай. Лайф», так как в нем проведен сравнительный анализ всех областей и регионов Дальнего Востока, а также показан рейтинг территорий с наилучшими условиями проживания. Вопрос приемлемых условий проживания в регионах уже несколько лет остро стоит перед людьми. В некоторых из них ситуация обострилась настолько, что население просто сбегает в поисках лучшей жизни.

Публикация практически полностью состоит из текстовой части, но также в ней представлена и таблица, благодаря которой читатель может более подробно ознакомиться с ситуацией в регионах ДФО.

Данная тема актуальна и будет оставаться таковой до того самого момента, пока ситуация в некоторых регионах не пойдет вверх и не уравнивается полностью. Достичь такого результата далеко не просто и это займет не одно 10-летие.

«Я работаю 7 дней в неделю: 92-летняя модельер Татьяна Смирнова рассказала о моде, работе и Вячеславе Зайцеве» спецпроект «Ехай. Лайф». Официальный сайт информационного агентства Amur.life, 5 июня 2023 г. (приложение В).

Тема данной публикации – жизнь и творчество известного русского модельера, ее эксперименты и карьерный рост

Автор материала рассказывает историю известного модельера Татьяны Смирновой, которая приезжала в столицу Приамурья, о ее встрече с Вячеславом Зайцевым, долголетию и о работе за границей.

Жизнь знаменитых людей всегда будет интересовать человечество. В их успехе и достижениях они черпают вдохновение и силы начать двигаться вперед, но не многие знают через что пришлось пройти, чтобы добиться таких высоких результатов.

Публикация размещается в рубрике «Ехай. Лайф» не случайно. Материал подходит к данной тематике так как рассказывает историю известного человека и о его визите в Благовещенск.

Текстовая часть разбавлена видео-интервью, в котором корреспондент общается с героем публикации. Это помогает погрузиться в атмосферу истории и лучше понять героя.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что знаменитые люди всегда будут примерами для подражания. Истории их успеха еще долгое время будут оставаться на слуху. Многие из этих историй помогают понять склад ума, его принципы и методы достижения цели.

«Амурчанка выступила в суперфинале шоу «Кондитер». Жюри не оценило ее работу» спецпроект «Ехай. Лайф». Официальный сайт информационного агентства Amur.life, 7 июня 2023 г. (приложение Г).

Темой данного материала является выступление амурчанки на суперфинале известного шоу «Кондитер». Автор публикации повествует о том, как жительница Благовещенска выступила в суперфинале популярного кулинарного шоу, но жюри не оценили ее работу из-за внешнего вида.

Тема неценности всегда остро стояла в современном мире. За старания не всегда следует похвала, но и острая критика. Передать нужный посыл не всегда удается и это может стать причиной не правильного восприятия результата.

Публикация размещена в рубрике «Ехай. Лайф», потому как повествует об амурчанке, которая достигла определенных высот за счет своего таланта и

кропотливой работы. В публикации приведена история женщины, которая смогла вырваться на знаменитое шоу и показать себя и свои умения.

Материал состоит из текстовой части, разбавленной комментариями героини. Кроме текста присутствуют так же фотографии, которые разбавляют публикацию и дают возможность глубже погрузиться в суть написанного.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современном мире многие пытаются достичь определенных высот, но не у всех это получается по причине неправильно оценки окружающих. Иногда сложно выразить свои мысли таким образом, чтобы они были поняты всем.

«Записки понаехавших: что бесит переехавших во Владивосток» спецпроект «Ехай. Лайф». Официальный сайт информационного агентства Amur.life, 9 июня 2023 г. (приложение Д).

В материале поднимается тема переезда во Владивосток из другого региона Дальнего Востока. Автор рассказывает о минусах проживания в столице Приморского края и о том, чего не хватает людям для комфортной жизни.

Во все времена вопрос переезда всегда рано или поздно возникал у людей. Кто-то хочет сбежать от проблем, кто-то просто сменить атмосферу, а кому-то всегда хотелось обосноваться в городе своей мечты. Но при смене места жительства важно учитывать не только плюсы, но и минусы, чтобы не ошибиться с выбором.

Материал относится к рубрике «Ехай. Лайф», потому что затрагивает тему переезда и рассказывает о сложностях и трудностях, которые могут встретить человека в другом городе.

Материал полностью состоит из текстовой части и никак не разбавлен фотографиями или видеоматериалами. Текст разделен на подтемы, которые помогают с структурировать его и дают полное понимание написанной информации читателю. В материале присутствуют комментарии опрошенных дальневосточников, которые переехали во Владивосток и высказали свое мнения по поводу проживания в этом городе.

Актуальность обусловлена тем, что люди никогда не перестанут переезжать и искать идеальное место для жизни, анализировать все за и против переезда в тот или иной город. Человек всегда будет высказывать свое мнение по поводу места, в котором живет.

«По итогу я одна девочка против всех остальных: Валентина Синельник о бизнесе, благотворительности, семье» спецпроект «Ехай. Лайф». Официальный сайт информационного агентства Amur.life, 12 июня 2023 г. (приложение Е).

Темой данного материала можно назвать нюансы совмещения карьеры и семейной жизни.

В современном мире все чаще встречаются женщины, которые воспитывают детей и при этом строят карьеру. Не для кого это уже не новость, а скорее обыденность. Проблема в том, что не всем удастся в равной степени посвящать себя и семье, и любимой работе. Такие женщины часто сталкиваются с критикой со стороны общества и недопониманием.

Материал относится к спецпроекту «Ехай. Лайф», так как рассказывает историю успешной амурчанки, которая нашла в себе силы, чтобы стать не только узнаваемой бизнесвумен, но и образцовой матерью.

Текстовая часть в материале не преобладает, а лишь служит подводкой к видео-интервью с главной героиней публикации. Видео придерживается формата спецпроекта и включает в себя диалог между корреспондентом и интервьюируемым.

Тема достаточно актуальна в современном мире, так как практически каждая третья женщина в мире совмещает карьеру и семейную жизнь.

Таким образом можно сделать вывод, что все материалы данной рубрики структурированы по определённым критериям. Публикации актуальны и поднимают общественно-значимые вопросы. Герой материалов достаточно интересен, что не только привлекает внимание читателя, но и заставляет глубже погрузиться в материал. Все они выдержаны в одном стиле, что помогает выделить их из остальной массы новостей, опубликованных на сайте издания.

Каждый материал разбавлен фото-видеофайлами, а также разнообразными таблицами и рисунками.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день специальные проекты являются неотъемлемой частью деятельности журналиста. Во всех странах земного шара имеются средства массовой информации, которые транслируют и обзревают спецпроекты с помощью телевиденья, печати, радио или интернет-изданий. Явление специального проекта была и остается предметом изучения во всех уголках мира.

В бесконечном потоке информации сотруднику СМИ необходимо успевать следить за изменяющимися тенденциями своей профессии и доносить до своей аудитории те события, которые не только отражают общественную деятельность, но и заставляют задуматься о проблемах современности.

Одним из самых эффективных и распространенных в мире инструментов для изучения работы медиа-изданий является контент-анализ.

Так нам удалось рассмотреть интернет-журналистику, как явление, понять, что такое специальный проект, его виды и основные направления. Кроме того, был проведен анализ деятельности информационного агентства Amur.life. Мы смогли выявить целевую аудиторию данного издания, проанализировать качественную составляющую, а также специфику и направленность его работы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Булаева, М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат / М. Н. Булаева // Журналистский ежегодник. – 2015. – № 4. – 121-123 с.
2. Вартанова, Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики / Е. Л. Вартанова. – Режим доступа : [http://www. mediascope.ru/old/node/521](http://www.mediascope.ru/old/node/521). – 08.05.2023.
3. Воропаев, В. И. Управление проектами в России. М.: Аланс, 1995 – 225 с.
4. Игнатьева, А. С. Метафорика научно-публицистического медиатекста online-формата: дис. канд. филол. наук / А. С. Игнатьева. – Иркутск, 2006. – 267 с.
5. Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 67 с.
6. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2013 – 348 с.
7. Кедрович, Г. Оценка дидактической пригодности выбранных мультимедийных программ /Г. Кедрович // Педагогика и психология профессионального образования. – 2000 – № 2 – С. 83-88
8. Качкаева, А. Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / А. Г. Качкаева. М.: Аспект Пресс, 2010. – 90 с.Шагалова, О. В. Интернет-СМИ: типология и описание [Электронный ресурс] / О. В. Шагалова // Интернет-СМИ: типология и описание. – 2019. – 114 с. – Режим доступа : <http://smi.susu.ru/sites/default/files/%20Монография.pdf>. – 04.06.2023.
9. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. / М. Кастельс. М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – 320 с.
10. Колесниченко, А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. – 2015. – №1. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1691> – 09.05.2023.

11. Лободенко, Л. К. Медиаконтент интернет-СМИ в информационно-коммуникативной системе региона / Л. К. Лободенко // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика – Выпуск №2. 21 с.
12. Машкова, С. Г. Интернет-журналистика / С. Г. Машкова – Тамбов: Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. 165 с.
13. Мескон, М. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – Режим доступа : <http://www.bibliotekar.ru/biznes-43-2/index.htm> – 01.05.2023.
14. Новосельцев, С. К. Мультимедиа – синтез трех стихий /С. Новосельцев // Компьютер-пресс, 1991 – № 7. – 14с.
15. Пуля, В. Как создать мультимедийный лонгрид? / В. Пуля // MediaToolBox. – Режим доступа : <http://mediatoolbox.ru/longread> – 11.05.2023.
16. Симакова, С. И., Панюкова, С. А. Мультимедийная история и ее особенности / С. И. Симакова, С. А. Панюкова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2017. – № 9 (405). – 66 с.
17. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов / И. Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2007. 320 с.
18. ИА «Amur.life»: Команда амур. инфо теперь на Amur. Life. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/people/2020/06/30/komanda-amur-info-teper-na-amur-layf> – 05.06.2023.
19. ИА «Amur.life»: офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/?ysclid=lj514cmpso469491072> – 05.06.2023).
20. Медиалогия. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/12074/?ysclid=lj519hu9v5360154157> – 05. 06. 2023.
21. ИА «Amur.life»: офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/?ysclid=lj514cmpso469491072> – 05.06.2023.

22. ИА «Amur.life»: Амурские полицейские установили личность и задержали в Чите подозреваемого в убийстве. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/news/2023/06/13/amurskie-policeyskie-ustanovili-lichnost-i-zaderzhali-v-drugom-regione-podozrevaemogo-v-ubiystve> – 05.06.2023.

23. ИА «Amur.life»: С 2025 года пенсии в России по-новому и дважды. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/news/2023/06/11/s-2025-goda-pensii-v-rossii-budut-indeksirovat-po-novomu-i-dvazhdy> – 05.06.2023.

24. ИА «Amur.life» Минобороны объявило об освобождении Артемовска:. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/news/2023/05/21/minoborony-obyavilo-ob-osvobozhdenii-artemovska> – 05.06.2023.

25. ИА «Amur.life»: Умер актер сериала «Глухарь» Рустам Уразаева. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/news/2023/05/19/umer-akter-iz-seriala-gluhar-rustam-urazaev> – 05.06.2023.

26. ИА «Amur.life»: Наводнение-2013. Как амурчанам помогали звезды. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/life/2021/07/24/navodnenie-2013-kak-amurchanam-pomogali-zvezdy> – 05.06.2023.

27. ИА «Amur.life»: Прийти в танцы на ТНТ это уже большая победа: Анна Соул рассказала о танцах, работе с иностранцами и со звездами. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/people/2023/05/15/proyti-v-tancy-na-tnt-eto-uzhe-bolshaya-pobeda-anna-soul-rasskazal-o-tancah-rabote-s-inostrancami-i-so-zvezdami> – 05.06.2023.

28. ИА «Amur.life»: Лучше всего на Сахалине, а хуже всего в ЕАО: рейтинг регионов ДФО по уровню социально-экономического развития. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа :

<https://www.amur.life/news/2023/05/15/luchshe-vsego-na-sahaline-a-huzhe-v-eao-reyting-regionov-dfo-po-urovnyu-socialno-ekonomicheskogo-razvitiya> – 05.06.2023.

29. ИА «Amur.life»: Я работаю 7 дней в неделю: 92-летняя модельер Татьяна Смирнова о моде, работе и Вячеславе Зайцеве. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/people/2023/06/05/ya-rabotayu-7-dney-v-nedelyu-92-letnyaya-modeler-tatyana-smirnova-rasskazala-o-mode-rabote-i-vyacheslave-zayceve> – 05.06.2023.

30. ИА «Amur.life»: Амурчанка выступила в супер-финале шоу «Кондитер». Жюри не оценило ее работу. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/news/2023/06/07/amurchanka-vystupila-v-super-finale-shou-konditer-zhyuri-ne-ocenilo-ee-rabotu> – 05.06.2023.

31. ИА «Amur.life»: Записки понаехавших: что бесит переехавших во Владивосток. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/special/2023/06/09/zapiski-ponaehavshih-chto-besit-pereehavshih-vo-vladivostok> – 05.06.2023.

32. ИА «Amur.life»: По итогу я одна девочка против всех остальных: Валентина Синельник о бизнесе, благотворительности и семье. офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.amur.life/people/2023/06/12/po-itogu-ya-odna-devochka-protiv-vseh-ostalnih-valentina-sinelnik-o-biznese-blagotvoritelnosti-seme> – 05.06.2023.

Иностранные источники:

33. Fagerjord A., Storsul T. Questioning Convergence // Ambivalence Towards Convergence. Digitalization and Media Change. Goteborg.: Nordicom, 2007 P. 93с.

34. Pool I. D. S. Electronics Takes Command // London: The Open University, 1987.

35. Dewze M. What is Multimedia Journalism? // Journalism Studies. Vol. 5 2004 № 2 P. 152 с.

36. Nielsen J. F-Shaped Pattern For Reading Web Content // Nielsen Norman Group. Режим доступа: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-1reading-web-content/> – 11.05.2023.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

«Пойти в «Танцы» на ТНТ – это уже большая победа: Anna Soul рассказала о танцах, работе с иностранцами и со звездами»

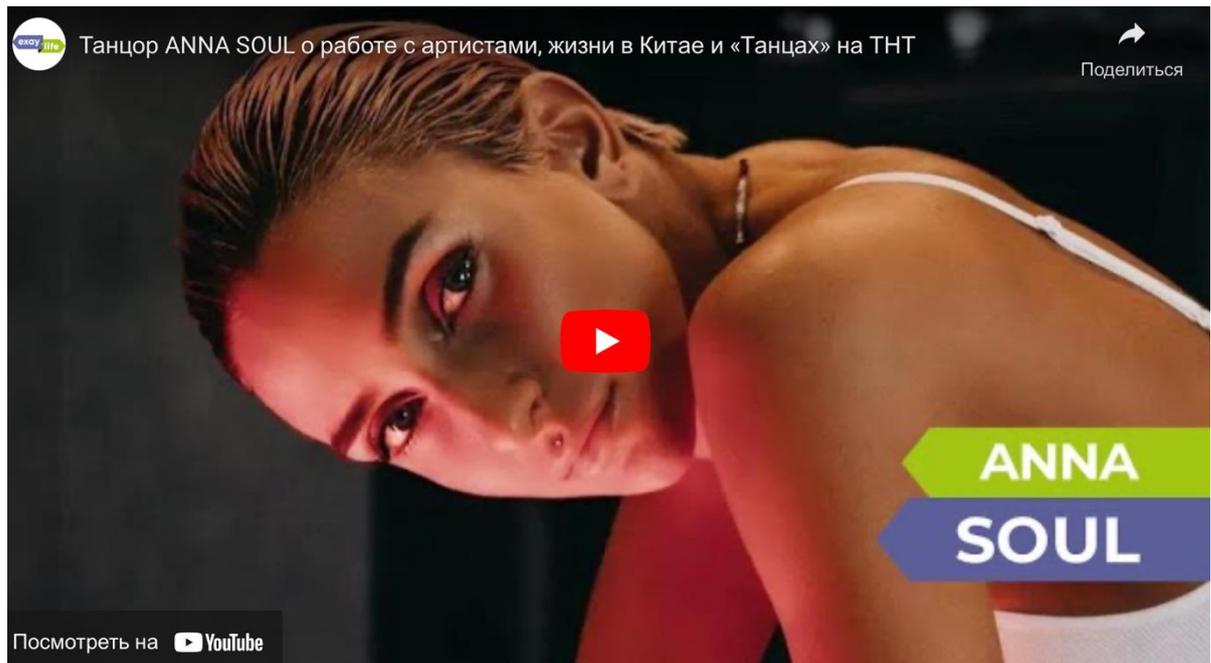
15 мая, 19:04



Экс-амурчанка Анна Соловьева, известная как Anna Soul, уже давно не живет в родном Благовещенске и сейчас продолжает развиваться в танцевальной сфере и работает с топовыми звездами в России. В конце апреля вместе с певицей Анной Asti девушка, в составе ее балета, приезжала в родной город с концертом.

С 17 лет Anna Soul покоряла Китай, но пандемия разлучила с любимым, лишила работы и заставила вернуться в Россию, о чем Аня не жалеет. О работе в разных странах и с разными танцорами и звездами, о российском шоу-бизнесе и «Танцах» на ТНТ, о разнице менталитетов и работе с иностранцами, и есть ли сейчас желание уехать из России – в видео.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Лучше всего на Сахалине, хуже в ЕАО: рейтинг регионов ДФО по уровню социально-экономического развития

15 мая, 12:16



Эксперты агентства РИА Рейтинг выяснили социально-экономическое положение регионов России по итогам 2022 года. Большинство регионов ДФО оказались в конце списка, в них за год ситуация не изменилась или стала хуже.

Исследование построено на основе агрегирования ключевых показателей регионального развития за 2022 год, среди которых – объем производства товаров и услуг, численность занятых в экономике, оборот розничной торговли, доля прибыльных предприятий, смертность населения трудоспособного возраста, уровень безработицы и другие. Это позволило рассчитать интегральный рейтинг (итоговое значение рейтингового балла, по которому производилось ранжирование регионов). Результаты рейтинга

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

позволяют судить об уровне социально-экономического развития того или иного региона в сравнении с другими субъектами РФ по итогам 2022 года.

Составы лидирующей и замыкающей групп рейтинга не претерпели существенных изменений по сравнению с предыдущим годом. Верхний полюс рейтинга преимущественно занимают крупные финансовые и промышленные центры, а также регионы сырьевой направленности, а последние строчки – регионы с невысокой степенью индустриализации и преобладанием сельскохозяйственного сектора.

В ДФО большинство регионов расположились во второй половине рейтинга. Лучше всего обстоят дела в Сахалинской области (22 место среди регионов РФ и 1 – среди ДФО), Республике Саха (Якутия) (30 место в РФ и 2 в ДФО) и в Приморском крае (31 место в России и 3 на ДВ).

Изменение позиций в лучшую сторону за год произошло в Сахалинской области (с 25 на 22 место), Приморском крае (с 32 на 31 место), Амурской области (с 49 на 47 место), Забайкальском крае (с 71 на 69 место).

В аутсайдерах по-прежнему остается Еврейская автономная область как в целом в России, так и среди регионов ДФО, а также в конце списка расположились Магаданская область и Чукотский автономный округ.

Подробнее – в нашей таблице.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Место в ДФО	Место во всероссийском рейтинге	Регион	Интегральный рейтинг по итогам 2022 г., баллы	Интегральный рейтинг по итогам 2021 г., баллы	Место по итогам 2021 года
1	22	Сахалинская область	55,767	53,111	25
2	30	Республика Саха (Якутия)	46,617	49,107	28
3	31	Приморский край	46,215	46,500	32
4	41	Хабаровский край	42,853	43,054	39
5	47	Амурская область	39,509	38,221	49
6	69	Забайкальский край	29,574	28,664	71
7	72	Республика Бурятия	28,738	28,569	72
8	75	Камчатский край	26,331	27,303	74
9	76	Магаданская область	26,297	28,714	70
10	79	Чукотский автономный округ	19,001	20,964	78
11	85	Еврейская автономная область	12,252	10,867	84

ПРИЛОЖЕНИЕ В

«Я работаю 7 дней в неделю: 92-летняя модельер Татьяна Смирнова рассказала о моде, работе и Вячеславе Зайцеве»

5 июня, 17:15



В мае в Благовещенск приезжала известная русская Шанель – 92-летняя Татьяна Смирнова. Несмотря на уже весомый возраст, женщина продолжает творить, путешествовать и не боится экспериментировать.

В новом интервью ЕХАЙ.ЛАЙФ Татьяна Смирнова рассказала о модельере Вячеславе Зайцеве, о том, как ее приглашали работать за границу, о моде, секретах долголетия и многом другом.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В



ПРИЛОЖЕНИЕ Г

«Амурчанка выступила в суперфинале шоу «Кондитер». Жюри не оценило ее работу»

7 июня, 10:56



Вечером 6 июня в эфир телеканала «Пятница» вышел финал 7-го сезона шоу «Кондитер», в котором принимала участие амурчанка Юлия Смолина. Суперфиналисты боролись за 1 000 000 рублей.

Из 19 финалистов на суперфинал смогли добраться 18 человек. Юлия Смолина была единственной представительницей Дальнего Востока.

На первый тур участницам заранее дали задание – приготовить авторский торт. Главное условие – он должен быть связан с Россией. Участники приготовили разные торты: кастрюля с борщом, в виде пельменей, царская корона Екатерины II, Кремль, торт с Юрием Гагариным и многие другие. Из 18 работ жюри конкурса отобрали несколько изделий, к которым у них возникли вопросы. Среди них оказался и торт амурчанки.



Кондитер привезла торт, дизайн которого был связан с земледелием и добычей золота – то, чем славится Амурская область.

Жюри отметило, что торт, по их мнению, мрачноват и не олицетворяет Россию.

«Как-то мрачностью эта тема у нас веет. Непонятная куча закопанного песка, и вот само золото мне тоже не очень нравится», – сказала кондитер Нина Тарасова.

«Полностью согласен с Ниной, данная работа не очень олицетворяет Россию, это похоже на могилу какого-то животного. Это изделие не вызывает аппетит», – высказался Ренат Агзамов.

Когда жюри узнали, что торт – это работа Юлии, они очень удивились.

«Это участница Юля, у которой столько харизмы, столько тепла спрятано в ее улыбке... Где ваше обаяние в этой работе?» – спросил ведущий.

Девушка объяснила свою задумку.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

«Это то, чем славится Амурская область – золотодобыча, земледелие. Я выросла в поселке, где всем этим занимаются. И именно так, с таких вот кучек, промывая такими маленькими и большими лоточками протоки, старатели ищут золото. Я считаю, что мой торт был достоин пройти в суперфинал. К сожалению, ведущие это не оценили. Спасибо, что мне выпал этот шанс», – высказалась Юлия.



Под бурные аплодисменты Юлию проводили с конкурса. Торт, как и в прошлый раз, Юлия везла из Благовещенска через всю страну в Москву на самолете.

Во втором туре, куда не прошла амурчанка, участники готовили огромные торты с авторским наполнением. В итоге победителем шоу и обладательницей 1 000 000 рублей стала Диана Кинкладзе из Севастополя.

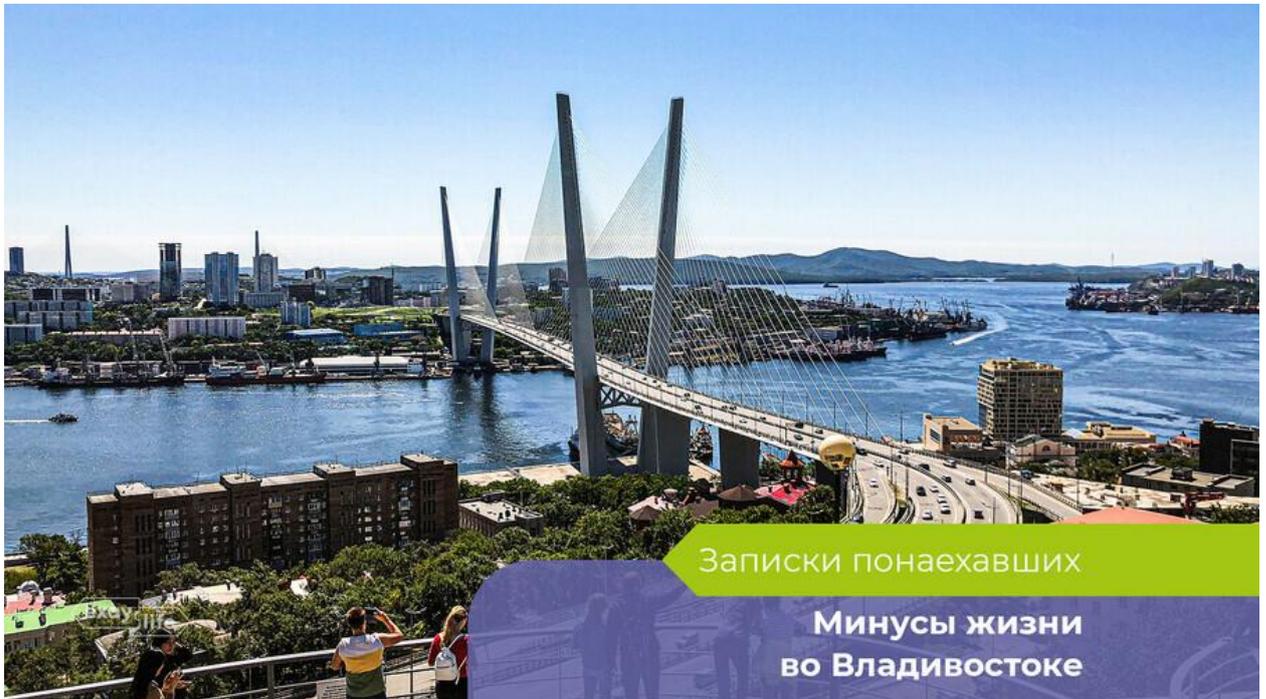
Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ПРИЛОЖЕНИЕ Д

«Записки понаехавших: что бесит переехавших во Владивосток»

9 июня 12:02.



Уехать жить к морю мечтают многие. И кто не решается на переезд в Краснодарский край, едут в Приморский. Мы поговорили с дальневосточниками, перебравшимися в дальневосточную столицу – Владивосток – и выяснили у них минусы переезда.

Своеобразный рельеф и климат

Тем, кто планирует переезжать во Владивосток, – обязательно нужны накачанные ноги, так как город стоит не на равнине, а на холмах. Поэтому всем, кто передвигается своим ходом, постоянно нужно идти то вверх, то вниз. Особенность рельефа осложняет и передвижение на транспорте, особенно в холодное время года.

«28 лет мы прожили в Благовещенске, и, когда мужу предложили работу во Владивостоке, мы, не раздумывая, туда переехали. До этого там не были,

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Д

поэтому рельеф стал для нас сюрпризом и испытанием, особенно в первые месяцы, когда выпал снег. Так что верьте в лучшее, но готовьтесь к худшему.

Никакая резина вас не спасет на горках, а пешком, если вы не атлет, передвигаться по городу часто становится сложно. Но зато на возвышенностях открывается прекрасный вид на город и природу», – рассказывает Екатерина.

Несмотря на большое количество солнечных дней, назвать климат во Владивостоке приятным у переехавших не получается. В городе часто дуют сильные ветра, а также из-за соседства с морем – высокая влажность. Еще переехавшие отмечают нестабильность погоды: в городе часто выпадают месячные нормы осадков, и коммунальные службы не справляются со стихией. Ярким тому примером стала непогода, разгулявшаяся в столице ДФО в четверг, 8 июня.

Цены

Как и в большинстве городов Дальнего Востока – здесь удивляют цены.

«Цены здесь выше, чем в Москве. На все, начиная от продуктов и заканчивая недвижимостью. Конечно, центр Москвы дороже, здесь утрирую, но в целом если продать жилье во Владивостоке, то вполне можно купить что-то сносное в столице России за пределами МКАД. Кстати, недвижимости во Владивостоке продается достаточно, но позволить себе ее могут далеко не все, особенно в центре города. Эта большая тема не только для приезжих, но и для местных жителей. Не спасает и дальневосточная ипотека, платежи все равно получаются огромными. Ну и строят многие застройщики как попало», – делится Александр.

Парадокс, но в этом городе, расположенном на море, высокие цены на морепродукты.

«Если вам кажется, что мы тут ложками едим красную икру и еженедельно можем позволить себе рыбу, то вы сильно ошибаетесь. Цены на продукты у нас очень высокие. Икра в Благовещенске стоит часто дешевле, чем во Влади

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Д

востоке», – дополняет Екатерина, прожившая во Владивостоке уже более 10 лет.

ЖКХ, по словам переехавших, удовольствие тоже не из дешевых. Аналогично и в бьюти-сфере. По словам Валентины, переехавшей во Владивосток из Санкт-Петербурга, значительно отличаются во Владивостоке цены на бьюти-индустрию. По словам девушки, во Владивостоке цены в обычных салонах примерно такие же, как в хороших салонах Питера.

Транспорт

Город активно растет, но транспорт за ним не успевает. Несмотря на то, что власти реагируют на нехватку общественного транспорта, удовлетворить жителей и туристов города по-прежнему очень тяжело, что вызывает недовольство не только местных жителей, но и переехавших.

«Если оттолкнуться от предыдущего минуса, то квартиру по приемлемой цене можно купить лишь в отдаленных районах Владивостока, а с транспортом там постоянно беда. Плюс пробки, просто русская рулетка – опоздаешь ты на работу или нет. Ну или выходить надо сильно заранее, что в дни сильных ветров удовольствия не доставляет. И все автобусы, и маршрутки переполнены всегда, будь это час-пик или обычное время», – делится Екатерина.

Туризм

Многие дальневосточники считают, что съездить на море во Владивосток и близлежащие районы – довольно доступно. Но это далеко не так.

«Пока мы жили в Благовещенске, мы часто ездили отдыхать во Владивосток и на приморские базы отдыха, и это вставало нам в круглую сумму. На семью из трех человек снять домик на сутки – 4 000–6 000 рублей, думаю, все это знают. И это с минимальными удобствами, без развитой инфраструктуры. Прожив во Владивостоке несколько лет и постоянно отдыхая в Приморском крае, мы решили что-то изменить. В прошлом году мы поехали отдыхать в Крым. Моему удивлению не было предела! Отдых в Крыму доступнее дальневосточнику, чем в родном крае! Снять домик на шестерых (мы летали двумя

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Д

семьями) можно легко за 2 000–3 000 рублей, цены на продукты и развлечения ниже, климат лучше и, соответственно, море теплее, дети не вылезали из воды! Даже несмотря на траты на перелеты и переезд, нам отдых вышел примерно в ту же сумму, но удовольствия мы получили больше. Теперь отдыхать на Дальнем Востоке не хочется совсем», – рассказала Виктория.

Отсутствие парковок

Владивосток – город, в котором почти у каждой семьи есть машина, а то и две. Да и без машины сложно обойтись, учитывая проблемы с общественным транспортом. Но если есть свой автомобиль, проблемы не решаются, а просто меняются.

«Если отбросить проблему пробок, как и в любом другом крупном городе, то главная проблема для автомобилистов Владивостока – отсутствие парковочных мест даже на платных стоянках. Да и поставить машину во дворе – это квест. Раньше дома строили так, что во дворах было мало парковок из-за отсутствия такого количества авто, а в современных дворах парковки просто отсутствуют и на всех жителей их не хватает. Поэтому во Владивостоке проблемы со всеми видами транспорта, и перемещаться по городу тяжело», – делится переехавший во Владивосток Дмитрий.

Несмотря на все минусы, многие переехавшие не планируют уезжать из Владивостока. В городе отлично развито образование, очень много спортивных секций и мест культурного отдыха, а вкусно пообедать или поужинать можно практически везде – город славится гастрономическими изысками разных кухонь мира.

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

«По итогу я одна девочка против всех остальных: Валентина Синельник о бизнесе, благотворительности, семье»

12 июня, 18:25



Развивать крупные компании, быть единственной женщиной в сложном бизнесе, желании построить крематорий, при этом иметь четырех детей, огромное количество животных и свой благотворительный фонд. Все это о новой невероятной героине ЕХАЙ.ЛАЙФ Валентине Синельник.

О том, как совмещать бизнес и семью, об отношении мужчин и экспериментах во внешности, о благотворительности и помощи другим, а также о многом другом – в видео.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Е

