

УДК 070

***ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ
В ПРАКТИКЕ ИЗДАНИЯ «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ»***

Чередниченко Л. В.

канд. фил. наук, доцент,

Тихоокеанский государственный университет,

Хабаровск, Россия

Шепшелевич Д. В.

студент,

Тихоокеанский государственный университет,

Хабаровск, Россия

Аннотация

В статье исследуются типологические характеристики специальных проектов федерального издания «Аргументы и факты» («АиФ») в контексте современных медиатрендов. На основе анализа научных подходов к определению понятия «специальный проект» авторы предлагают дефиницию, акцентируя внимание на поликодовости и интерактивности данной формы предъявления информации. В работе выделены ключевые критерии типологии спецпроектов: тематика и содержание, функциональная направленность, формат размещения и уровень вовлеченности аудитории.

Ключевые слова: специальные проекты, спецпроекты, типология, мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность, «Аргументы и Факты».

***TYPOLOGICAL FEATURES OF SPECIAL PROJECTS IN THE PRACTICE
OF PUBLISHING ARGUMENTY I FAKTY***

Cherednichenko L.V.

*Ph.D, Associate Professor,
Pacific National University,
Khabarovsk, Russia*

Shepshelevich D. V.

*student,
Pacific National University,
Khabarovsk, Russia*

Annotation

The article examines the typological characteristics of special projects of the federal publication Argumenty I Fakty (AiF) in the context of modern media trends. Based on the analysis of scientific approaches to the definition of the concept of "special project", the author offers his own definition, focusing on their polycode and interactivity. The paper highlights the key criteria of the typology of special projects: subject matter and content, functional orientation, placement format and the level of audience engagement.

Keywords: special projects, special projects, typology, multimedia, hypertextuality, interactivity, "Arguments and Facts".

Информационно-коммуникационные технологии кардинально изменили журналистику, расширив возможности СМИ в представлении информации. Как отмечает Е. Вартанова, журналистика уже никогда не будет прежней, поскольку новые технологии трансформируют стиль работы с массовой информацией [2]. Технологические перемены оказали значительное влияние на характеристики медиатекста, структурирование информационно-смысловых потоков, привели к появлению новых форматов, отличающихся

Дневник науки | www.dnevnika.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

гипертекстуальностью, мультимедийностью, интерактивностью и в большей мере соответствующих особенностям современного медиапотребления, которое отличается многоплатформенностью, полимодальностью, нелинейностью и визуальностью.

В поисках наиболее эффективных форм контента, позволяющих не только привлечь и удержать, но и вовлечь аудиторию в обсуждение социально значимых вопросов, СМИ экспериментируют с визуальными, мультимедийными и интерактивными технологиями, создают форматы, расширяющие репрезентативные и экспрессивные возможности медиатекста.

Одной из востребованных форм представления информации в сетевой среде стали специальные проекты. В интернет-изданиях они размещаются в отдельном разделе и отличаются широтой тематики и поливариативностью структурных и жанровых характеристик.

В современном медиапространстве спецпроекты представляют мощный инструмент для решения сложных задач, сочетая в себе технологические инновации и глубокую работу с контентом. В них авторы используют мультимедийные технологии для облегчения восприятия информации, более эффективного воздействия на аудиторию и актуализации ключевых проблем современности.

В научном дискурсе представлены разные подходы к определению понятия «специальный проект». Это связано с тем, что на сегодняшний день не существует универсальной формулировки данного термина, в том числе из-за широкого разнообразия форм его реализации.

В. В. Червонящий определяет спецпроект как комплексную интеграцию бренда в интернет-ресурсы, выходящие за границы классических форматов [14, с. 11]. По мнению исследователя подобный контент является способом создания нестандартной среды взаимодействия с аудиторией и привлекает больше внимания.

А. Е. Ерицян делает акцент на элементах, из которых состоит специальный проект, по мнению автора, он представляет собой некий конструктор из текста, рекламы, геймификационных частей и других элементов, создающих единое целое, где каждый микроформат направлен к единой цели [4, с. 188].

Д. А. Богомазова определяет спецпроект как сайт или подсайт, который открывается в отдельном окне непосредственно с главной страницы издания, имеет собственную структуру и создан на специальной мультимедийной платформе [1, с. 11]. Автор делает акцент не на смысловом и содержательном аспектах понятия, а на форме его представления, на внешней оболочке, форматных характеристиках феномена.

Н. В. Прохорова считает, что специальный проект представляет собой комплекс информационных продуктов разных жанров и мероприятий, посвященных одной теме, конструирующих или решающих определенную проблему, оказывающих воздействие на конкретную целевую аудиторию для достижения запланированной цели [9, с. 57]. Автор рассматривает спецпроекты с точки зрения достижения цели и выполнения задач, которые ставятся перед определенным информационным продуктом. Данный аспект важен для понимания технической стороны работы над проектами, так как грамотная постановка цели и задач позволит подобрать необходимые для ожидаемого результата элементы публикации или микроформаты.

Таким образом, специальный проект можно определить как отдельную структурную единицу, представляющую собой самостоятельный сайт или подсайт интернет-издания, имеющий определенную цель, а также посвященный определенной проблеме, на которую необходимо обратить внимание со стороны аудитории с помощью применения различных поликодовых, интерактивных микроформатов: текста, аудиовизуального, геймифицированного контента и других.

Формы реализации специальных проектов в практике СМИ отличаются разнообразием, которое часто зависит от особенностей представления редакции о данной форме, от технических возможностей издания и финансирования, а также навыков и умений сотрудников редакции. Это затрудняет классификацию данной формы контента. Исследователи предлагают разные основания для выделения типологических групп спецпроектов: тематические, функциональные, технические, формат размещения и другие.

Д. А. Богомазова в качестве типоформирующих признаков называет объект проекта, информационный повод, целевое назначение, способ размещения.

В зависимости от смыслового наполнения проекта, его инфоповода автор выделяет информационные специальные проекты. Их особенность заключается в обязательном наличии инфоповода. Это могут быть события в режиме реального времени, к которым можно отнести важные события, которые происходят «здесь и сейчас», в таком случае спецпроект будет отражать его ход. Также событие может быть завершённым, но оставившим след в истории, например, памятная дата, которая приурочена к важному событию в прошлом и сейчас снова интересна аудитории [1, 14].

Помимо этого, сами информационные спецпроекты можно разделить в зависимости от их целей. Д. А. Богомазова предлагает следующее деление:

– историко-документальный спецпроект, который создается для напоминания о важных исторических вехах нашей страны или о событиях, которые происходят прямо здесь и прямо сейчас. Эти проекты имеют календарный инфоповод или представляют собой реакцию на событие. Во втором случае материалы могут содержать не только информацию о том, что произошло, но и прогнозы влияния этого события на жизнь общества, возможные последствия и пути их решения;

– информационно-биографические спецпроекты, должны напоминать аудитории о важных для конкретной эпохи или становления государства в целом людях, которые так или иначе повлияли на нынешний уклад страны, культуру, образование, в центре внимания находится конкретная личность и ее след в истории.

В случае, если спецпроект не имеет определенного информационного повода, то есть он не приурочен к какой-либо дате или событию, то его можно назвать тематическим. Объектом таких материалов становится определенная проблема или идея, выдвинутая редакцией интернет-издания. Причиной их создания служит не информационный повод, а проблема, которая заинтересовала автора и является актуальной для аудитории. Наиболее значимым в этом случае является именно авторское видение и интерес.

Т. Фирсова предлагает функциональный подход к типологической характеристике спецпроектов [13], на основании которого выделяет образовательный, развлекательно-информационный или развлекательный проекты. Опираясь на характеристики функций СМИ, которые дает Е. П. Прохоров [8, с. 57], можно сказать, что образовательные проекты направлены на реализацию культурно-просветительской функции журналистики. В них содержится информация о чем-то новом, значимом и полезном аудитории. Развлекательный спецпроект выполняет рекреационную функцию, такие проекты нужны для привлечения внимания аудитории для повышения трафика на сайте, а также для интересного досуга аудитории. Развлекательно-информационные проекты сочетают обе эти функции. При этом в них может быть разное соотношение полезной информации и досуговой части.

Рекламные специальные проекты являются особым видом журналистских материалов. В этом случае проект является в большей степени коммерческим и нужен для продвижения того или иного продукта. При этом такие произведения могут быть как образовательными, так и развлекательными. В практике СМИ встречаются коллаборации с различными

Дневник науки | www.dnevnika.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

крупными компаниями, целью которых является не только продвижение партнера, но и освещение важных, например социальных, тем.

Рекламные специальные проекты можно разделить на два основных типа: контентный проект и цифровой проект [10]. Контентный проект представляет собой материал, который интегрирован в контент СМИ, но не влияющие на него. Цифровой рекламный проект отличается тем, что он сам является непосредственной частью контента издания.

Т. Фирсова предлагает также разграничивать специальные проекты по способу форме из реализации [13]. Проекты создаются на существующей площадке (с интеграцией в публикацию креативных мультимедийных элементов) или же на отдельном промо-сайте (или разделе портала). Как правило, большинство специальных проектов привязаны к определенному СМИ, при этом они размещены не на основной платформе, а на сторонней. Это необходимо для использования большего набора интерактивных инструментов и интересной верстки.

Другую классификацию по форме реализации специальных проектов предлагает Ю. В. Сизова [12, с. 102], которая предлагает разделить проекты на рубричные и мультимедийные. Рубричные представляют собой комплекс отдельных материалов на одну тему, размещенных на одном ресурсе. Как правило в таких спецпроектах минимизировано количество мультимедийных элементов, чаще всего они представляют стандартную форму журналистских публикаций – текст и фото. Такая форма предполагает раскрытие проблемы последовательно, на протяжении какого-то периода, что позволяет обеспечить более глубокое погружение, а также поиск новых форм и интерпретаций проекта, его постепенную трансформацию. Мультимедийные спецпроекты являются отдельным законченным журналистским произведением, в котором использованы различные микроформаты.

При типологической характеристике спецпроектов Т. Фирсова оценивает и уровень вовлечения пользователя. Данный критерий определяет Дневник науки | www.dnevnikaui.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

степень интерактивности специальных проектов, а также их поликодовость. В первую очередь на это влияют мультимедийность и гипертекстуальность.

Мультимедийность отвечает за гармоничное и грамотное соотношение различных видов контента в одном проекте. При большом объеме текстовой информации современному читателю сложно долго удерживать и воспринимать информацию без наличия схем, изображений, аудио- и видеосопровождения и других форматов. Большое количество таких элементов может отвлекать аудиторию от основной информации, что станет причиной поверхностного изучения проблемы.

Гипертекстуальность позволяет организовать материал проекта нелинейно. Нелинейная форма потребления контента предполагает, что пользователь сам определяет алгоритм движения по странице медиатекста. Это позволяет читателям охватить больший объем информации, предоставляет возможность индивидуального восприятия, что делает проекты интересными для более широкой аудитории.

При линейном формате у читателя нет такой возможности, он вынужден получать информацию строго в том порядке, который предусмотрен автором проекта. Это позволяет журналистам более точно спрогнозировать возможные эффекты спецпроекта и спроектировать их влияние на аудиторию.

Интерактивность создает для аудитории возможности взаимодействия с контентом. Это выражается не только в наличии инструментов для обратной связи, но и в разнообразии вариантов «соавторства» читателя при изучении контента и в использовании геймифицированных элементов: тестов, игр и других.

Таким образом, степень погружения читателя в спецпроекты обеспечивается с помощью мультимедийности, гипертекстуальности и интерактивности. Их гармоничное соотношение, наличие геймифицированных и других мультимедийных элементов позволяет пользователю более глубоко погрузиться в проект. Как следствие – большая

Дневник науки | www.dnevnikaui.ru | СМН ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

степень заинтересованность, увеличение времени нахождения на ресурсе. Гармоничное соотношение смысловой нагрузки, интерактивных и мультимедийных элементов позволяет достигать наибольшей вовлеченности аудитории.

«Аргументы и факты» (АиФ) является одним из старейших и самых массовых российских общественно-политических изданий, сочетающих новостную журналистику, аналитику и развлекательный контент. Сайт aif.ru имеет более 20 млн уникальных посетителей в месяц. Данное СМИ является одним из самых цитируемых изданий в России, и отличается высоким уровнем доверия у аудитории.

Специальные проекты издания «Аргументы и факты» («АиФ») имеют разный вид и наполнение. На сайте «АиФ» специальные проекты выделены в отдельный раздел, который является объединением ссылок на сайты спецпроектов, которые привязаны к основному ресурсу и содержат гиперссылку на него.

В 2024 году издание выпустило 23 специальных проекта, большая часть из которых является тематическими. Чаще всего они посвящены острым социальным вопросам: мерам поддержки населения, здравоохранению, экологии. Например, в спецпроекте «Мамам и папам» [5] рассказывается о том, как государство поддерживает семьи с детьми, и том, как эту помощь можно получить. Проект «Подспорье для семьи» [7], созданный совместно с Социальным фондом России, информирует читателей о новых возможностях материнского капитала в 2024.

Редакция не пропускает крупные и важные для страны даты, такие информационные спецпроекты обычно более объемны, чем тематические.

Одним из таких крупных спецпроектов является внутренний подсайт «Аргументов и Фактов», который называется «Мы победили» [6]. Он представляет собой агрегатор текстов данного СМИ, посвященных 80-й годовщине победы в Великой отечественной войне (ВОВ). Сами публикации

Дневник науки | www.dnevnikaui.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

в нем разделены на несколько рубрик (например, «Накануне», «Женщины и война», «Коснулось каждого» и другие. Данный проект создан для воссоздания происходящего во время ВОВ с разных сторон, а также для привлечения внимания аудитории к важному для страны празднику – Дню Победы.

Памяти трагедии в Беслане, 20-летию со дня захвата заложников в школе в 2004 году посвящен специальный проект «Воины против демонов» [3], в нем сделан акцент не только на произошедших событиях, но и на мужестве и отваге военных, которые спасали заложников. Авторы проекта проводят параллель между терактом в бесланской школе и специальной военной операцией на Украине (СВО), подчеркивают значение ратного труда и подвига, что актуализирует данную тему и делает ее интересной для читателей.

Анализ специальных проектов издания «Аргументы и Факты» за 2024 год показал, что для данного СМИ наиболее характерны образовательные проекты, многие из них направлены на просвещение аудитории. Например, в спецпроекте-агрегаторе «Экология. Просто о сложном» [15] собраны публикации посвященные климатическим, промышленным проблемам, а также вопросам коэволюции, он способствует формированию экологического сознания.

Отдельный блок спецпроектов данного СМИ является тематическим рекламным. Проект «Роллтон: С теплом и любовью» [11] посвящен истории развития популярной фирмы продуктов быстрого приготовления. Чаще всего такие произведения создаются в коллаборации с брендом для предоставления аудитории важной и полезной информации, такой подход позволяет делать меньший акцент на коммерческой составляющей проекта и сохранить качество контента, который бы не выбивался из общей тематической направленности СМИ.

Для спецпроектов «АиФ» наиболее характерна нелинейная форма подачи информации. Это связано с тем, что чаще всего они представляют собой агрегаторы с подборками публикаций на определенную тему (ВОВ, экология и другие). При этом сами спецпроекты, будь то линейные или нелинейные, практически не отличаются поликодовостью. Как правило это лонгриды с изображениями, иногда видеоматериалами (фильм в спецпроекте «Воины против демонов»). При этом они отличаются разнообразной версткой и интересными дизайнерскими ходами (цветом, композицией и другим). Даже при низкой степени интерактивности и мультимедийности, специальные проекты данного СМИ, благодаря нелинейности, способны удерживать внимание пользователя достаточно долгое время благодаря объемной сети внутренних гиперссылок.

Спецпроекты издания «Аргументы и факты» можно разделить на две основные группы. В первую очередь это информационные, приуроченные к значимым событиям или историческим датам, а также тематические, посвященные актуальным социальным вопросам (здравоохранение, экология, меры господдержки). По функциональной направленности преобладают образовательные проекты, реализующие культурно-просветительскую функцию журналистики. Реже встречаются рекламные спецпроекты («Роллтон: С теплом и любовью» [11]), выполняющие коммерческие задачи.

По формату размещения большинство проектов «АиФ» представляют собой отдельные подсайты с нелинейной структурой, связанные с основным ресурсом гиперссылками. Это позволяет использовать более сложные дизайнерские и структурные решения, хотя уровень мультимедийности и интерактивности остается умеренным.

По степени вовлеченности аудитории спецпроекты «АиФ» относятся преимущественно к ознакомительному типу, поскольку их интерактивные элементы ограничены (отсутствует геймификация, минимум

пользовательских сценариев). Однако нелинейная навигация и внутренние гиперссылки способствуют удержанию внимания читателей.

Таким образом, спецпроекты «АиФ» соответствуют современным тенденциям конвергентной журналистики, сочетая традиционные текстовые форматы с элементами мультимедийности. Их ключевая особенность – тематическая и образовательная направленность при относительно низком уровне интерактивности. Данная модель отражает редакционную политику издания, ориентированную на просвещение аудитории и актуализацию социально значимых тем.

Библиографический список:

1. Богомазова Д. А. Особенности спецпроекта в современном российском медиапространстве / Д. А. Богомазова // Международный научный журнал «Слово в науке». – 2023. – №15. – С. 11–16.
 2. Вартанова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики / Е. Л. Вартанова. – [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL : <http://www.mediascope.ru/old/node/521> (дата обращения: 25.03.2025 г.).
 3. Воины против демонов // Аргументы и Факты : [сайт]. – URL: <https://beslan-20years.aif.ru/> (дата обращения 20.03.2025 г.)
 4. Ерицян А. Е. Новые форматы интернет-сми: некоторые теоретические и практические аспекты / А. Е. Ерицян // Of russian-armenian university (series: humanities and social sciences). – 2023. – № 3(46). – С. 182-190.
 5. Мамам и папам // Аргументы и Факты : [сайт]. – URL: https://aif.ru/society/mamam_i_papam/ (дата обращения 20.03.2025 г.)
 6. Мы победили // Аргументы и Факты : [сайт]. – URL: <https://may9.aif.ru/> (дата обращения 20.03.2025 г.)
 7. Подспорье для семьи // Аргументы и Факты : [сайт]. – URL: https://aif.ru/society/podsporye_dlya_semyi/ (дата обращения 20.03.2025 г.)
- Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

8. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики : учебник. / Е. П. Прохоров. – 2011. – 351 с.
9. Прохорова Н. В. Феномен спецпроектов в современном российском медиaprостранстве / Н. В. Прохорова // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2014. – №2 (14). – С. 54-53. – [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-spetsproektov-v-sovremennom-rossiyskom-mediaprostranstve> (дата обращения: 21.03.2025).
10. Рзаева М. Э. Оценка эффективности спецпроектов в российских онлайн-медиа через определение цены контакта / М. Э Рзаева. – [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http:// jf.spbu.ru/essais/2916-10072.html](http://jf.spbu.ru/essais/2916-10072.html) (дата обращения 19.04.2025 г.).
11. Роллтон: с теплом и заботой // Аргументы и Факты : [сайт]. – URL: https://aif.ru/food/rollton/s_tepлом_i_lyubovyu/?erid=LjN8KZfvp/ (дата обращения 20.03.2025 г.)
12. Сизова Ю. В. Спецпроекты в новых медиа // Новые медиа для современной молодежи / Ю. В. Сизова. – 2019. – С. 99-103.
13. Фирсова Т Спецпроекты в интернете: что и зачем / Т. Фирсова // МЕДИАСОСТАВ. – [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.sostav.ru/columns/adpress/2010/0077/> (дата обращения 02.01.25)
14. Червонящий В. В. Роль креатива при создании редакционных спецпроектов в современных СМИ: исследование методов и подходов / В. В. Червонящий //Актуальные исследования. – 2023. – №. 28 (158). – С. 11–20.
15. Экология. Просто о сложном // Аргументы и Факты : [сайт]. – URL: <https://ecology.aif.ru> (дата обращения 20.03.2025 г.).

Оригинальность 81%