

## Спецпроект как новый формат журналистского текста

Научный руководитель – Лукина Мария Михайловна

*Масалимова Тамара Ураловна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия

*E-mail: dlttoma@gmail.com*

Серьезные трансформации медиасистемы сказываются на всех видах современных средств массовой информации. Разрастаются виды и жанры СМИ, появляются новые медиа-профессии, меняются и расширяются цели и задачи журналистики. Сегодня мы имеем дело с журналистскими текстами на кросс-платформе: гипертекстуальными, мультимедийными, интерактивными [3].

Для организации журналистской информации в интернете применяются разные методики: от традиционного создания рубрик до появления новых форматов. Среди последних можно выделить актуальный формат специального проекта, который зародился благодаря усовершенствованию и появлению информационно-коммуникационных технологий. Ему позволяют существовать ключевые особенности мультимедийной журналистики, одна из наиболее важных — гипертекстуальность. В задачи спецпроекта как вида медиа, помимо традиционных информационных и просветительских, входят развлекательные, интерактивные и др.

Медиаисследователь Н. В. Прохорова дает определение термину специальный проект: «Это 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» [3]. По типологии спецпроекты могут быть: информационными (в их основе лежит определенный информационный повод) и тематическими (в основе — определенная идея или проблема, выдвинутая и конструируемая редакцией).

К одним из характеристик и отличительных особенностей спецпроекта можно отнести: длинное полотно текста, мультимедийность, интерактивность, визуализация данных (инфографики и др.), глубокая проработка темы, отдельная веб-страница, навигационный «бар», многомерность [4]. Спецпроект — это мультимедийная работа, в котором анимация, видео и аудио являются неотъемлемыми элементами сторителлинга: они переплетаются, и смысл продукта создается именно в комбинации мультимедийных элементов.

Подготовка и создание мультимедийного спецпроекта — долгий, трудоемкий процесс, требующий больших временных и определенных финансовых ресурсов, технологических возможностей, команды профессионалов, привлечения экспертов и специалистов разных направленностей. Спецпроект представляет собой своеобразный информационный конструктор, симбиоз текста и аудиовизуального ряда, поэтому необходимо подобрать подходящую под формат тему и разработать правильную концепцию подачи материала [4].

В больших редакциях над спецпроектом могут работать: продюсер, выпускающий редактор, корреспондент, фотограф, оператор, редактор текста, редактор фото-, аудио- и видеоматериала, дизайнер, иллюстратор, IT-специалист, верстальщик, программист. В небольших редакциях часто один специалист совмещает несколько ролей.

У формата спецпроект есть ряд преимуществ, которые выгодно отличают его от других типов журналистики. Он позволяет раскрыть вопрос, поставленный в материале, полнее

и шире, а наличие мультимедийного контента создает эффект «расширенного чтения» (англ. extended reading experience) [4].

В России феномен спецпроект представлен на платформе информационного агентства ТАСС, где над его созданием работает специальная группа. В работу активно включены Студии Инфографики и Дизайна, чья основная задача заключается в расширении погружения аудитории в тему спецпроекта [2].

У группы спецпроектов ТАСС есть годовое планирование. Осенью составляется список тем на грядущий год. Берутся в расчет темы, связанные с крупными датами и юбилеями. В предварительный список тем входят около 12-13-ти проектов. Производственные скорости — около двух проектов в месяц. Все спецпроекты делаются в двух версиях — «десктоп» и мобильная [2].

Темы спецпроектов ТАСС — серьезные, образовательные, энциклопедические, научно-популярные. В основе статистических данных часто делаются интерактивные элементы. Таким образом, даже у серьезной темы может быть интерактивная и развлекательная подача. Историческая тематика и проекты о военной технике пользуются наибольшим спросом аудитории [2].

На данный момент нельзя сказать, что феномен специального проекта изучен достаточно обширно, особенно среди русскоязычных исследований. Тем не менее, формат уже достаточно уверенно обосновался в мировой медиаиндустрии.

### Источники и литература

- 1) Лукина М. М, Лосева Н. Г. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика – брошюра.
- 2) Интервью с Кристиной Недковой, руководителем группы специальных проектов Отдела контент-продюсирования редакции сайта Tass.ru.
- 3) Прохорова Н.В. Феномен спецпроектов в современном российском медиапространстве. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-spetsproektov-v-sovremennom-rossiyskom-mediaprostranstve> (Дата обращения: 01.03.2020)
- 4) Галустян А. А., Кульчицкая Д. Ю. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf> (Дата обращения: 01.03.2020)
- 5) Вартанова, Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/o-sovremennom-ponimanii-smi-i-zhurnalistiki> (Дата обращения: 01.03.2020)