

- **Коммуникабельность** (вопросы и проблемы, которые поступают в адрес политического деятеля, не должны подвергнуться игнорированию, если же это происходит – «подшатывается» имидж и репутация чиновника).

Можно сделать вывод, что взаимодействие политических деятелей с электоратом в социальных сетях напрямую влияет на их политический имидж. При четких и прямых ответах имидж политика имеет окраску «честного и открытого слуги народа».

ЛИТЕРАТУРА

1. Суфиянова Г.Р., Зудова Е.О. Социальные сети и политика // Сравнительная политика. – 2019. Т. 10. № 1. С. 165–167.
2. Симачевский Р. Муниципальный СММ: как социальные сети помогают местному самоуправлению // Интернет-маркетинг. 2021. № 6. С. 11–16.

*Горюнова Д.А.
Белорусский государственный университет
(научный руководитель – к.ф.н., доцент Градюшко А.А.)*

ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЕ «ТАКИЕ ДЕЛА» КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВА О СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМАХ

Цель исследования – изучение социально-гуманитарных проблем в медийных текстах, выявление особенностей благотворительной деятельности и спецпроектов «Жили-были», «Все сложно» с точки зрения влияния на социум. В качестве объекта исследования нами было выбрано российское интернет-издание «Такие дела». Одноименная краудфандинговая платформа была создана фондом «Нужна помощь» в 2015 году. У сайта есть индивидуальный слоган: «Мы вернем в журналистику человека».

Портал считается не только информационным, но и благотворительным. Он поддерживают работу 496 организаций. В разделе «Нужна помощь» можно найти такие фонды, как «АдВита» (помощь детям и взрослым, больным раком), «Аистёнок» (помощь семьям в трудных жизненных ситуациях), «Вера» (помощь хосписам в России) и многое другое. За семь лет «Такие дела» опубликовали 1495 статей и собрали 546 миллионов рублей.

Платформа «Пользуясь случаем» – крупнейшая в России площадка для волонтерского фандрайзинга, где любой человек может создать свой собственный благотворительный сбор в поддержку проверенного фонда из каталога и пригласить друзей, коллег и подписчиков вместе жертвовать средства. К тому же портал славится своими спецпроектами. В исследовании мы выделили два из них: «Жили-были» – пять историй реальных людей,

и «Все сложно» – интерактивный фильм про девушку с заболеванием ВИЧ. Он выиграл номинацию «Webfest Berlin 2018».

Спецпроекты сетевых изданий представляют собой «наглядный пример интегрирования журналистского контента в интернет-среду» [1, с. 17]. Развитие цифровых технологий обусловило «трансформацию жанровой системы журналистики, исчезновение традиционных публицистических жанров» [2, с. 66]. На смену им в цифровых медиа пришли лонгриды и спецпроекты, располагающие большим арсеналом мультимедийных инструментов организации визуального контента. В этом контексте заслуживают внимания многочисленные работы издания «Такие дела», которые «затрагивают по-настоящему важные проблемы современного общества» [1, с. 26].

Первый спецпроект «Жили-были» приурочен к 30 марта, Дню бездомного человека [3]. На сайте рассказывается про Женю, Лилю, Эсму, Раису и Романа. Все они с разной судьбой, но в один момент оказались на улице. Лиля самая молодая, ей всего лишь 31 год. Она выросла в интернате, вышла замуж, родила двух детей, но из-за того, что муж часто поднимал на нее руку, собралась с силами и ушла из дома. Девушку некому было приютить, поэтому она часто ночевала в переходе на Тургеневской, где ее тоже били, только другие бомжи. К счастью, она быстро познакомилась с волонтерами, которые раздавали еду и теплую одежду, взамен героиня говорила, кому из ее знакомых нужна помощь. С ней был Толик – сосед по несчастью. Они заботились друг о друге, так как вдвоем было легче справляться с трудностями.

Но наступил 2006 год, холодная зима, которую Лиля не пережила. Жизнь бездомного зависит от того, чья смена. Не все полицейские выгоняют на мороз, но девушке не повезло. «Друзья на улице» ездили на опознание. Тело похоронили в колумбарии вместе с другими бомжами. Эта история, как и остальные четыре, направлена на общество с целью переосмысления своего отношения к людям, оказавшимся без дома. Все герои «Жили-были» умерли без крыши над головой. Помимо содержания, заслуживает внимания еще и дизайн проекта. Каждый рассказ имеет свою звуковую дорожку и анимацию.

Второй проект – «Все сложно» [4]. К счастью, в наше время тема ВИЧ и СПИДа активно поднимается в школах, университетах, но так или иначе, до сих пор не все знают, что заболевание не передается через слюну или прикосновение. Этот фильм интерактивный, в каждой серии перед зрителем встает вопрос, на который нужно ответить, ведь правильные ответы дают баллы и влияют на настроение главной героини.

Подводя итоги, стоит отметить, что «Такие дела» – интернет-издание актуальное и уникальное в своем роде. Особой популярностью пользуются материалы на социальную тематику, о которых, как гласит слоган портала, «нельзя молчать». Их благотворительность является миссией, а мотивация –

сделать жизнь лучше. В ходе исследования мы установили, что спецпроекты являются наиболее удобным и актуальным форматом для журналистских материалов, которые имеют острую социальную направленность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Симакова С.И. Медиаэстетический код журналистских материалов социального характера (на примере спецпроектов интернет-издания «Такие дела») // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2022. Т. 28. № 2. С. 14–31.
2. Саянова Н.В. Эволюция публицистики: жанровый аспект // Журналістыка-2017: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 19-й Міжнар. навук.-практ. канф., 16–17 ліст. 2017 г., Мінск / БДУ, Інстытут журналістыкі; рэдкал.: С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Вып. 19. Мінск: БДУ, 2017. С. 65–67.
3. Проект «Жили-были». URL: <https://takiedela.ru/homeless/> (дата обращения: 30.09.2022).
4. Проект «Все сложно». URL: <https://takiedela.ru/vseslozhno/> (дата обращения: 30.09.2022).

Данилова Г.В.

*Воронежский государственный университет
(научный руководитель – к. ф. н., доцент Жолудь Р.В.)*

ТИК ТОК КАК НОВАЯ ПЛАТФОРМА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КОНТЕНТА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

В современных условиях стремительного развития технологий интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни. Появилось огромное множество различных социальных сетей, мессенджеров, приложений.

Интернет-пользователи стали более опытными и избирательными, заметно возросла планка качества потребляемого контента, появилось запросы на новые форматы.

Интернет СМИ стали приобретать всё большую популярность, заслоняя собой печатные издания и телевизионные СМИ, а люди стали всё чаще следить за новостями в социальных сетях.

Традиционной журналистике пришлось эволюционировать и подстраиваться под современные реалии, поэтому многие СМИ стали использовать социальные сети, как способ доставки и распространения информации, для продвижения контента, а также для расширения аудитории.

В 2019 году большую популярность получила китайская видеоплатформа под названием Тик Ток. Миллиарды людей стали создавать аккаунты, снимать короткие видеоклипы и делиться ими со всем миром. Тик Ток, как новое социальное медиа быстро приковал к себе общественное внимание, а вместе с тем и внимание СМИ.

Продвижение в Тик Ток для СМИ выгодно по ряду причин.