

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики и литературоведения

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ К. В. Анисимов
« ____ » _____ 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

**ИСТОРИЧЕСКАЯ УРБАНИСТИКА КРАСНОЯРСКА:
ЦИФРОВОЕ РАСШИРЕНИЕ**

Руководитель _____ ст. преподаватель О.В. Богуславская
Выпускник _____ Д.В. Дениско
Нормоконтролер _____ преподаватель Л.О.Полежаева

Красноярск 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Роль мультимедиа в создании просветительского медиапроекта об исторической урбанистике	7
1.1 Урбанистика: ключевые аспекты в разработке направления	7
1.1.1 Основные задачи урбанистики и разные урбанистические школы	8
1.1.2 Соотношение понятий «историческая урбанистика» и «история города».....	12
1.1.3 Историческая урбанистика в Сибири.....	13
1.2 «Новые медиа»: понятие, признаки, аудитория	14
1.2.1 Особенности новых медиа	14
1.2.2 Мультимедийность.....	16
1.2.3 Интерактивность	17
1.2.4 Креолизованный текст как часть журналистского материала	19
1.2.5 Форматы мультимедиа.....	21
1.3 Урбанистика в «Новых городских медиа» и просветительских медиа, urban imaginary	23
1.3.1 Просветительская журналистика.....	26
1.3.2 Примеры просветительских проектов.....	28
2 Создание просветительского проекта «Взгляд в прошлое: исторические постройки Енисейской губернии».....	29
2.1 Подготовительный этап работы над проектом	30
2.1.1 Выбор и поиск локаций для проекта	30
2.2 Создание концепции проекта	32
2.2.1 Сбор и обработка информации	32
2.3 Создание сайта	33
2.3.1 Структура сайта.....	34
2.3.2 Верстка и визуальное оформление проекта	34
2.4 Апробация проекта.....	35
2.5 Анализ работы над проектом.....	37
2.5.1 Результаты работы над проектом	37
2.5.2 Трудности в работе над проектом	38
2.5.3 Перспективы продвижения и развития проекта	39
Заключение	41
Список использованных источников	45

ВВЕДЕНИЕ

Каждый житель современного мегаполиса хоть раз задумывался об устройстве своего города и его пригодности для жизни. Порой даже самый маленький изъян вроде бордюра перед проезжей частью может сильно усложнить жизнь. Понимать принципы градостроительства важно не только для внешнего облика города, хотя это одна из задач науки, но и для комфортной жизни разных слоев населения: начиная велосипедистами и заканчивая маломобильными гражданами.

Однако это явление не новое. Урбанистика появилась и развивалась вместе с городами. Менялись направления, стили, пути решения. Если раньше главным критерием для развитого города – становилось наличие канализации, то теперь жизнь тяжело представить без электрических самокатов. С течением времени появились разные подвиды урбанистики: урбанистика городов, деревень, историческая урбанистика. Именно о ней пойдет речь в данной выпускной работе.

Работа журналиста также напрямую связана с урбанистикой. Почти каждый день новостная лента наполняется текстами о новых благоустроенных парках или строительстве кольцевой развязки. Жители города могут обратиться к репортерам с жалобами на плохие дороги или на отсутствие школы, а урбанисты могут выразить свое мнение, похвалить или покритиковать, предложить свои проекты.

Актуальность работы заключается в том, что все чаще в исторические здания и места в Красноярске реконструируются и признаются памятниками архитектуры. Как произошло с «Историческим кварталом» около Центрального парка. Однако наш город быстро развивается поэтому бывали случаи, когда в угоду прогрессу старые здания и исторические места подвергались сносу или кардинальной застройке, при этом последующие поколения уже будут знать историю города фрагментарно и обрывочно и не смогут наглядно ее изучить.

Такая судьба, например, постигла дом-музей Петра Красикова, располагавшийся в свое время на ул. Ленина, 124 в г. Красноярске.

Новизна работы продиктована творческой спецификой работы – будет создан принципиально новый проект об исторической урбанистике в г. Красноярске с нетривиальной выборкой выбранных описанных локаций.

Объектом исследования являются современные мультимедийные технологии в контексте развития цифрового культурного наследия, предметом – применение мультимедийных инструментов в мультимедийном проекте цифрового культурного материала.

Целью работы является создание мультимедийного просветительского проекта в виде интерактивной карты, с помощью которого горожане смогут узнать историю города и его отдельных мест.

В связи с поставленной целью были определены следующие задачи работы:

- 1) Разделить понятие исторической урбанистики и урбанистики города;
- 2) Рассмотреть принцип работы «Новых городских СМИ» и просветительских медиа;
- 3) Рассмотреть понятие urban imagery в поле медийной урбанистики;
- 4) Разработать концепцию собственного проекта;
- 5) Применить медиаинструменты в адаптации цифрового культурного наследия в создании проекта;
- 6) Создать авторский проект.

Теоретическую базу данной выпускной работы представляют следующие авторы: в работе «О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура» А. Г. Пастуховой [Пастухов, 2015] рассматривается принцип работы «Новых медиа» их принцип работы и основные задачи, исследователь Е. Тыканова [Тыканова, 2016] перевела на русский язык научную работу Шарон Зукин «Культуры городов», автор анализирует роль культуры в городских процессах и городской экономике, различия понятий «историческая урбанистика» и «городская история» представлены в работе И. А. Агеева «Методологический

ресурс исторической урбанистики в современных исследованиях городских пространств» [Агеев, 2014], форматы мультимедиа были изучены на основе «Новые медиа как продукт» Н. Лосевой [Лосева, 2014]. А. В. Чутчева в исследовании «Трансформация просветительской журналистики в условиях функционирования новых медиа» проанализирована работа просветительских медиа, также принцип работы мультимедийных форматов представлен в работе А.А. Шинкарюк «Жанровая составляющая основных мультимедийных форматов» [Шинкарюк, 2017]. На основе учебного пособия Е.Н. Перцик [Перцик, 2009] «Геоурбанистика» рассмотрены принципы урбанистики.

Материалами исследования стали исторические документы – фото, карты, статьи о Красноярске, сохранившиеся в музее в количестве 50 единиц. Эмпирическая база исследования была получена из Красноярской краевой библиотеки, а также Государственного архива в декабре – апреле 2021-2022 гг.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что в красноярском историческом медиадискурсе не так много работ посвященных исторической урбанистике, в основном город в целом, а также отдельные строения рассматриваются через призму исторических событий и известных личностей, поэтому город как объект малоисследован.

Практическая значимость заключается в возможности использования проекта в целях просвещения красноярцев, а также в популяризации истории и урбанистики.

Научные методы, использованные в работе: научное описание, анализ, дедукция, сравнение. Творческие методы: создание фотографий, журналистских текстов, верстка сайта.

Данная выпускная квалификационная работа состоит из двух глав (предваряемых «Введением»). В первой главе исследуется система терминов, позволяющая грамотно создать и работать с медиапродуктом. Во второй главе представлен анализ исторических материалов, а также показан ход работы над интерактивной картой. Работа завершается заключением, списком использованных источников и приложениями.

Работа прошла апробацию на двух научно-практических конференциях. Впервые она была представлена на «II Международном Форуме языков и культур», а также автор вместе с предварительным исследованием участвовал на XIV Международная научно-практическая конференция молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека».

1 Роль мультимедиа в создании просветительского медиапроекта об исторической урбанистике

1.1 Урбанистика: ключевые аспекты в разработке направления

Строительство городов началось задолго до нашего времени. При строительстве городов учитывалась особенность местности, логистика, социум. То есть еще в древности при проектировании и строительстве городов опирались на принципы урбанистики. «Однако проблема городов как область научной рефлексии начала формироваться на рубеже XVIII- XIX вв., как самостоятельная отрасль науки урбанистика сложилась в середине XX столетия» [Гун, 2012].

Для дальнейшей работы необходимо дать определение «урбанистики» и «урбанизации».

Например, А.А. Барабанов понимает урбанизацию «как процесс повышения роли городов в развитии общества. Главное социальное содержание урбанизации заключается в особых «городских отношениях», охватывающих социально-профессиональную и демографическую структуру населения, его образ жизни, культуру, размещение производительных сил, расселение» [Барабанов, 2009].

Однако процесс урбанизации не происходит просто так, города не начинают развиваться без причины. «Для этого есть несколько предпосылок – рост индустрии, развитие культурных и политических функций, углубление территориального разделения труда. Для урбанизации характерны приток в города сельского населения и возрастающее маятниковое движение населения из сел, окружения и ближайших мелких городов в крупные города» [Барабанов, 2009].

К. В. Бамбетова в своей статье «Роль урбанистики в архитектурном проектировании» понимает под урбанизацией процесс роста непохожих друг на друга городов в рамках одной страны и мира в целом.

А. Е. Сигарева определяет урбанизацию как «многосторонний социальноэкономический, демографический и географический процесс, в основе которого лежат исторически сложившиеся формы общественного и территориального разделения труда» [Бамбетова, 2021].

«А урбанистика – наука о городе, ее специфика и основная проблематика» [Гун, 2012].

1.1.1 Основные задачи урбанистики и разные урбанистические школы

В научной работе «урбанистика сегодня» А. Барабанов рассматривает идеи Поль Клаваля, которые он озвучил в своей книге «Логика городов. Урбанологическое эссе». Клаваль «называет основные задачи урбанистики, которые в сокращенном виде представлены в данной научной работе:

- Исследование основных факторов усиления и ускорения урбанизации;
- Исследование коммуникаций, их форм взаимодействия между собой и центром; взаимосвязи иерархии коммуникаций и городских сетей;
- Исследование теории городского поля с точки зрения взаимодействия и взаимовыгодной кооперации горожан и сельского населения, а также различных факторов влияния на городское поле и форму городов (с учетом: народонаселения, контактного потенциала, строительного потенциала);
- Экономическое исследование организации городского пространства с учетом: экономических механизмов использования земель и земельного рынка; городского плана; спроса и предложения; а также с учетом обеспечения «прозрачности» функционирования городского земельного рынка: разделения на участки; с учетом коммуникационных связей и дорог, а также благоустройства городского пространства и решения проблемы социального жилища;
- Исследование технических противоречий и проблем для оптимальной организации городского пространства с учетом: общественного и личного

транспорта и их стоимостного выражения; функционирования уличных сетей и дорог; адаптации дорожной сети к нуждам передвижения; устройства водопроводных, канализационных, тепловых, электрических и других городских сетей и обеспечения их функционирования; условий современного строительства и современной архитектуры, новых строительных материалов, конструкций и технологий строительства.

- Исследование социальной роли архитектуры в организации городского пространства с учетом нужд жизни индивидов, семей, сообществ;

- Исследование и разработка стратегий развития городского пространства с учетом стратегии пользователей, политиков и мыслителей (протяженно-линейного центра, прогулочного центра, делового центра, коммерческого центра, жилого центра, смешанного центра и т.д.);

- Исследование морфологии зон, промышленной застройки и природно-парковых зон с учетом ритмов жизни локальных составляющих городского пространства;

- Экономическое исследование отношений города и внешнего мира с учетом: экономики и развития городов (нужд городского организма в кислороде, воде, тепле, электроэнергии, газе, продовольствии, предметах первой необходимости, строительных материалов); удаления и переработки городских отходов; трансформаций и пертурбаций естественной среды (гидрологического цикла, городского климата, экологических пределов города); механизмов городской экономики (вопросов отчуждения и перераспределения имущества, земель, собственности; индустриальной революции и рыночной экономики; инвестиций, кредитов и роста города; расходов и доходов под углом критики городской экономики, прогресса и инноваций);

- Исследование городских сетей для оптимальной организации и функционирования городского пространства с учетом: иерархии городов по размеру и по функции; взаимосвязи городских сетей и промышленности; взаимосвязи городских сетей и транспортных сетей; взаимосвязи городских

сетей и социальных отношений (семейных, этнических, административных, коммерческих и экономических);

- Исследование типов городских моделей с разработкой: организационных моделей пространства и городских сетей; гравитационных и циркуляционных моделей; моделей городского роста;

- Исследование феномена городской цивилизации (отношения гражданин – город) с учетом: образа города (восприятия функциональных и художественных образов, индивидуальных и коллективных представлений); индивида в городе (территориальных идентификаций, места и роли, пространства и личности, территории граждан, топологии территорий); культурной географии городов; окружения и городской общности: социальной топографии и души городов (окружения ежедневной жизни, собраний и митингов; окружения центра города; толпы, площади, кафе, ресторанов, кинотеатров и т.д., возможного в городе: праздников, жестокости: города как коллективного существа (городского сообщества; связей общества и городской власти, политической жизни современного поселения);

- Исследование составляющих городских пейзажей с учетом: популярных форм и урбанистических действий (общественного и частного, открытого и закрытого: внутреннего пространства: семей и стилей городских домов; улицы; индивидуальной инициативы и гармонии ансамбля); тенденции от урбанизма к благоустройству (благоустройство в старых городах; промышленной революции и благоустройства; первых моделей идеального промышленного города: эстетической реакции); эволюции политики городского благоустройства (общественного оборудования; планов-регуляторов и анкетирования; новых утопий: городов-садов); современного урбанизма и функционализма, постмодернизма, деконструктивизма, хай-тека и нелинейной архитектуры; американской модели дезурбанизированного города; нового города и большого роста (критики современного урбанизма и реабилитации центров); современной практики урбанизма (способов действия, планов циркуляции, политического выбора)» [Барабанов, 2009].

В современной урбанистике существует множество школ и теорий, а исследователи выделяют множество разнообразных концепций и подходов.

Одной из самых старых и известных школ является Чикагская школа. Наиболее известный представитель данной школы – Р. Э. Парк. Ученные рассматривают город как место с доминирующим центром и концентрическими зонами. В рамках этой школы был разработан «социально-экологический» подход, согласно которому социальная структура и состав общества влияют на организацию городского пространства.

Еще одна урбанистическая школа – Лос-Анджелесская. Впервые о ней заговорили в начале 90 годов XX века. Наиболее известными представителями данной школы являются М. Дэвис и Э. Сойя. Они ставят под сомнение тезисы свои предшественников – Чикагской школы. Они уверены, что «главной характеристикой современных городов является стремление к децентрализации, которое предполагает формирование полицентричного образования и сопровождается интенсивным процессом субурбанизации» [Вершинина, 2015].

Как и иностранные урбанисты, которые рассматривают науку на примере крупных городов, российский ученый Абашаев анализирует градостроительство в Москве. Он уверен, что столица России – образец по созданию комфортной для горожан среды.

Исследователь Г.Н. Лаппо выделяет следующие особенности урбанизации в России:

- Быстрое появление новых городов. В XX веке статус городов получили примерно 2/3 из существующих городов сегодня. Однако они не были подготовлены к такому званию ни с экономической ни с социальной точки зрения.

- Главный фактор урбанизации – промышленность. Благодаря тяжелой промышленности появлялись новые города, которые быстро развивались, также в таких населенных пунктах промышленность расширяла экономическую базу. В таких городах активно появлялись научные и культурные центры, школы и больницы.

- Переселение городов. Население страны активно переезжало в уже существующие крупные города. Покидая малые поселения, они постепенно приходили в запустение.

1.1.2 Соотношение понятий «историческая урбанистика» и «история города»

В данной научной работе речь идет об изменении города с течением времени, поэтому необходимо ввести и раскрыть дополнительное понятие такое, как историческая урбанистика.

Урбанистика является междисциплинарной наукой, поэтому тесно связана с историей. «Историческая урбанистика рассматривает вопросы развития и функционирования городов в исторической ретроспективе. Термин «урбанистика» в применении к историческим исследованиям одним из первых употребил Д.Я. Резун, подразумевая под ним все городские исторические исследования и их историографию», дает определение Д.Я. Резуна исследователь Агеев в своей научной работе. [Агеев, 2014].

Кроме того, две данные науки, история и градостроительство, образуют еще одну важную науку – история города. Поэтому в настоящем параграфе необходимо их разграничить и дать характеристику каждой из них для дальнейшего понимания.

По мнению И. А. Агеева, история города изучает города как сообщества влиятельных людей своего времени: политиков, ученых, торговцев, меценатов, и результат их деятельности. Из перечисленного выше можно сделать вывод, что исследования городской истории становится локальноисторической, то есть рассматривает деятельность людей, населяющих одну местность. При этом местность становится обезличенной: не учитываются ни географические, ни демографические, ни какие-либо другие особенности. Автор считает, что такой подход не позволяет отразить развитие города через социальные, экономические, инженерные и другие факторы.

Историческая урбанистика в свою очередь рассматривает становление города не через выдающихся личностей, а через экономические и социальные процессы. Исследователи считают, что с помощью урбанистики можно показать, как сформировалась пространство для жизни и деятельности человека. Кроме того, развитый город также влияет на общество, изменяя образ жизни.

«В современной исторической урбанистике выделяются следующие проблемные поля:

- Выявление исторических факторов, определяющих положение города в иерархии других городов, а также эффективность накопления ресурсов для успешного развития города – демографических, экономических и инфраструктурных. Поиск причин взрывного роста или неизбежной деградации отдельных городов.

- Моделирование схем социального взаимодействия в условиях города сообразно с его экономической ориентацией, социальным строем и стратегическим значением в конкретных региональных и исторических реалиях. Диагностика соответствия уровня развития инфраструктуры города и темпов экономических и социальных процессов, происходящих на его территории.

- Установление степени интенсивности и радиуса влияния города на экономическое и социальное развитие окружающей сельской и слабоурбанизированной местности» [Агеев, 2014].

1.1.3 Историческая урбанистика в Сибири

При исследовании исторической урбанистики в Сибири особое внимание уделяется Новосибирску и Иркутску, Красноярск исследован меньше. По мнению И. Н. Стася, историческая урбанистика неоднозначно развивается в Красноярске. Здесь сильны краеведческое начало и научно-популярный характер работ по истории Красноярска. По мнению И. Ю. Кудиновой, исследования Красноярска сосредоточены вокруг городской историографии и краеведческих очерков, истории отдельных социальных слоев и исторических

персон [Кудинова, 2010]. Для изучения городского пространства используется культурологический подход.

Исследователи, изучавшие Красноярск, особое внимание уделяли таким критериям как, городской образ жизни [Рафикова, 2014], демография, образование [Гонина, 2009]. Кроме того, многих ученых-урбанистов интересовал также феномен закрытых городов, которые расположены вблизи Красноярска в большом количестве.

Также из медиадискурса о Красноярске можно сделать вывод, что он исследуется со стороны городской истории, то есть через выдающихся личностей. Например, А. Поздеева, В. Астафьева, И. Ярыгина.

Из всего описанного выше, а также из выводов предыдущего параграфа, можно сделать вывод, что в Красноярске активно развивается история города, наряду с ней изучают и развивают урбанистику, оценивают Красноярск с точки зрения благоустройства и удобства для жителей, однако об исторической урбанистике исследований или проектов известно мало, так как это относительно молодая область науки.

1.2 «Новые медиа»: понятие, признаки, аудитория

1.2.1 Особенности новых медиа

С развитием новых технологий происходит развитие медиа, с каждым годом они становятся более мультимедийными. Сейчас происходит рост и развитие «Новых медиа». Данное понятие встречается повсеместно и употребляется в разных смыслах.

Некоторые исследователи используют данный термин в качестве синонима «Интернету». Декан факультета журналистики МГУ Елена Вартанова уверена, что «Интернет – фактически единственный коммуникационный информационный канал, который предоставляет пользователю максимальную свободу выбора контента» [Вартанова, 2008].

Профессор Мичиганского университета Рассел Нойман определяет это понятие как «новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента» [Никитенко, 2017].

Стоит отметить, что одна из отличительных особенностей «Новых медиа» является интерактивность. Однако даже радио имеют элемент интерактивности, есть редакция пускает в эфир звонки слушателей, отвечает на вопросы из писем, то издание сразу же приобретает элемент интерактивности, однако к «Новым медиа» относится все же не будет из-за канала распространения. Также, как и электронная версия газеты, находящаяся в интернете, также не будет «Новым медиа» из-за отсутствия элемента интерактивности и мультимедийности. Из всего перечисленного можно сделать вывод, что «Новые медиа» – это медиа (СМИ, блоги, группы в социальных сетях и мессенджерах) включающие в себя мультимедийные файлы (фото, видео, записи разговоров, карты и др.), а также распространяемые по средствам Интернета.

Приведенные в данной научной работе аргументы, не единственное что отличает «new media» от традиционных. Еще один важный критерий роль аудитории в создании материалов. Читатель (зритель) становится активным участником в создании и распространении медиапродуктов, которые доступны в любое время на цифровых устройствах [Neuman, 2001].

Выше мы привели лишь несколько отличительных особенностей «Новых медиа» от традиционных, это было необходимо для понимания терминологии для дальнейшей работы. Д. Ван Фухт и О. Стинс выделяют еще «несколько аспектов:

- новые медиа быстрее, чем старые;
- новые медиа открытые, старые - закрытые;
- новые медиа имеют пользователей, старые - публику;
- новые медиа кратки, старые - многословны;
- новые медиа доставляют «картинку», старые - текст;

- новые медиа активны, старые - пассивны;
- новые медиа обеспечивают пользователю возможность генерировать содержание, старые медиа дают эту возможность производителю» [Стинс, 2008].

С изменением типа медиа изменяется и аудитория. Аудитория «Новых медиа» отличается от традиционных. По мнению Ксении Карякиной, «старые» медиа теряют интерес молодого поколения по причине скорости передачи информации вследствие того, что «традиционные СМИ зачастую опаздывают с новостями» [Карякина, 2010].

1.2.2 Мультимедийность

Желая привлечь и удержать аудиторию, журналисты вынуждены добавлять разнообразие в свои тексты. Современный читатель имеет возможность взаимодействовать и с автором, и с самим текстом. Также большую роль играет клиповое мышление, которому необходимо как можно больше визуализаций – это одни из тенденций, благодаря которым видоизменяется журналистика.

Жанровое разнообразие журналистских текстов давно вышло на новый уровень, теперь тексты, опубликованные в СМИ, содержат не только фотографии, но и другие мультимедийные форматы. По мнению исследователей, «важнейшим следствием процесса дигитализации (перехода на цифровые стандарты) становится изменение самого информационного продукта. Мультимедийные форматы интегрируются в единый продукт, создавая новую информационную среду, и эту среду обозначают термином «мультимедиа». У нового типа информационного продукта (мультимедиа) выделяют две основные характеристики:

- 1) синтетический характер, т. е. комбинация в одном информационном продукте различных типов информации;
- 2) интерактивный характер, возможность индивидуализации продукта, выбора среди множества предложений» [Белоусова, 2012].

М. М. Лукина в работе «Интернет-СМИ: теория и практика» под «мультимедийностью понимает характеристики представления информации с помощью различных медийных платформ – вербального текста, фотографии, аудио-, видео-, графики, анимации и других производных от них форм» [Лукина, 2010, с. 63].

«Мультимедийные инструменты помогают журналистам в пяти направлениях, важных для профессии:

- эффективный сбор информации, необходимой для подготовки качественного журналистского материала – статьи, интервью, видеосюжета, радиорепортажа;

- организационная: эффективные инструменты позволяют снизить затраты на производство медийного продукта, организовать работу редакции и повысить скорость информационного обмена внутри редакционной команды, а, следовательно, и скорость выдачи контента читателю, зрителю, слушателю;

- с помощью инструментов можно качественно и интересно упаковать медиапродукт с учетом интереса пользователя;

- это разнообразные способы доставки медиапродукта потребителям;

- обеспечение авторов и редакторов качественной и стабильной обратной связью, без которой невозможно создание медиа, в полной мере соответствующего чаяниям целевой аудитории и потому популярного, востребованного и успешного» [Коломеец, 2010, с. 155].

Сейчас, с развитием Интернета, уже невозможно представить медиа, не использующие мультимедийные форматы, однако это лишь вспомогательный компонент любого журналистского текста.

1.2.3 Интерактивность

Именно интерактивность, то есть возможность читателя взаимодействовать как с автором материала, так и с самим текстом, поддерживает активную роль аудитории.

Исследователи М. М. Лукина, Н. Д. Фомичева, С. Г. Батманова под интерактивностью понимают двустороннее взаимодействие между автором и потребителем медийной информации.

Интерактивная журналистика дает возможность аудитории управлять потребляемым контентом: настраивать ленту под себя, выбирать часть материала, которая интересна им. Более того, интерактивность позволяет читателю становиться еще и автором, а не только сторонним наблюдателем. Для этого внутри редакции создаются множество инструментов. Это и письма от аудитории, и специальные сервисы, позволяющие анонимно отправить документы журналистам.

Выделяется два типа текстов: те, которыми управляет журналист и те, которые зависят от читателя. «Авторский» путь последователен и направлен на четкое и последовательное получение информации. Для этого используются интерактивные форматы, выстроенные специальным образом. «Ориентированный на автора материал передает сообщение от автора читателю и не подразумевает истинной интерактивности. Воплощением такого подхода могут быть видеоролики или неинтерактивные слайд-шоу. Кроме того, он проявляется в текстовых материалах, поскольку читатель вынужден следить за развитием авторской мысли на протяжении всего текста, и статичной визуализации данных, также выражающей единственный (авторский) ракурс рассмотрения темы» [Колчина, 2014].

Журналисты же, по мнению разных исследователей, с помощью интерактивности «могут проследить реакцию аудитории на свои материалы, проследить реакцию на конкретные журналистские материалы (возможность поделиться, добавить комментарий, отправить другу, обсудить на форумах). Клик по заголовку заинтересовавшей статьи – есть первое элементарное проявление интерактивности» [Колмыкова, 2016].

В. В. Федотовский выделяет интерактивность двух видов: 1 Анимированная (или вспомогательная), помогает читателю в восприятии

информации; 2 близкая к кастомизации – отвечает за принципы индивидуального подхода к фильтрации данных [Федотовский, 2017].

К основным функциям интерактивности первого вида можно отнести:

- Фиксацию взгляда и внимания. Вспомогательная интерактивность помогает зафиксировать взгляд на важных деталях с помощью подсвечивания выделенного элемента.

- Дополнительные данные. Благодаря всплывающим окнам инфографика становится более содержательной, так как появляется возможность вместить дополнительную информацию.

Интерактивность второго вида встречается реже и является наиболее трендовой. Ее главным преимуществом является то, что пользователь сам выбирает что именно ему смотреть. Это обеспечивается благодаря таким методам взаимодействия, как ввод данных о себе, прохождение тестов, ответы на вопросы и т.д.

1.2.4 Креолизованный текст как часть журналистского материала

Креолизованный текст – это текст смешанного типа, фактура которого состоит из двух негомогенных частей – вербальной (языковой/речевой) и невербальной или иконической (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык) компонентов, то есть текста и изобразительных средств (чаще всего это картинка). Функция креолизованного текста – информативная и побудительная: поставить лайк, поделиться.

Е.Е.Анисимова выделяет следующую степень участия вербальных и невербальных компонентов в «организации текста»:

1) По гетерогенности

- нулевая степень (чисто вербальный или чисто иконический текст);
- ненулевая степень (сочетание вербальных и изобразительных компонентов).

2) По характеру иконического компонента

- статичный (например, реклама в журнале, плакат);
- двухмерный (видеовербальный текст в книге, кино и др.);
- трехмерный (видеовербальный текст в театральной пьесе).

3) По характеру вербального компонента:

- устный, включающий: а) живую речь и б) запись этой речи с помощью специальных технических средств;

- письменный, представленный: а) рукописным и б) печатным вариантами, последний в свою очередь может быть статичным или динамичным, например, бегущая строка в рекламном тексте;

- включающий знаки одного естественного языка,

- включающий знаки нескольких естественных языков.

Разнообразный характер иконического компонента сильнее привлекает внимание аудитории, разнообразить текст и оказать большее влияние.

По соотношению объема информации, переданной различными знаками, и по роли изображения:

- репетиционные (изображение в основном повторяет вербальный текст, полного повторения быть не может из-за специфики знаков той или иной знаковой системы);

- аддитивные (изображение привносит значительную дополнительную информацию);

- выделительные (изображение «подчеркивает» какой-то аспект вербальной информации, которая по своему объему значительно превосходит иконическую);

- оппозитивные (содержание, переданное картинкой, вступает в противоречие с вербальной информацией, на основе этого часто возникает комический эффект);

- интегративные (изображение встроено в вербальный текст или вербальный текст дополняет изображение в интересах совместной передачи информации);

- изобразительно-центрические (с ведущей ролью изображения, вербальная часть лишь поясняет и конкретизирует его).

Чем выше объем информации, переданной изображениями/знаками, тем больше преимуществ такой текст имеет. Изображение не только дополняет текст, но и привносит в него что-то новое, помогает сэкономить речевые усилия, повышается информационная емкость» [Тумакова, 2016].

По характеру связей, объединяющих вербальный и изобразительный компоненты:

- эксплицитно выраженные;
- эксплицитно невыраженные (имплицитные связи)

Зауэрбир С. Д. описывает «отношения между изображением и вербальной частью в зависимости от их референтной соотнесенности:

1) параллельная корреляция, при которой содержание рисунка и вербальной части полностью совпадают;

2) комплиментарная – содержание невербальной и вербальной частей частично перекрывают друг друга;

3) субститутивная – невербальная информация замещает вербальную; 4) интерпретативная – между содержанием вербальной и невербальной частей нет прямых точек соприкосновения, и эта связь устанавливается на ассоциативной основе.

Опираясь на приведенные тезисы можно описать основные причины использования креолизованных текстов в медиадискурсе:

- 1) Ориентация на визуальное восприятие;
- 2) Привлечение и вовлечение читателя;
- 3) Передача чувств, эмоций.

1.2.5 Форматы мультимедиа

Мультимедиа в современной журналистике являются неотъемлемой частью любого материала. С их помощью текст расширяется и

добавляются метасмыслы. Нелинейность мультимедийного текста позволяет читателю сделать выбор при прочтении: просмотреть сразу весь текст или его отдельные фрагменты, которые его больше всего привлекают. Все мультимедиа можно разделить на два типа: линейные или нелинейные. При линейном типе пользователь, просматривая контент, никак не сможет повлиять на его вывод. Пример: просмотр видеофильма, документа. При нелинейном же просмотре пользователь может повлиять на траекторию освоения контента. Сюда относятся компьютерная игра, интерактивное меню в программе [Юдин, 2014].

Однако существует множество форматов мультимедиа. Разные исследователи выделяют разные группы, но все из них имеют общие черты.

Так, например, исследователь Окушова выделяет пять видов мультимедийных форматов: изображение (статичная иллюстрация, фотогалерея, карикатура, слайд-шоу, инфографика, гиперфото); аудио (аудиоиллюстрация, аудиOVERсия текста, аудиосюжет, аудиослайд-шоу); видео (подкаст, видеоиллюстрация, мультискрипт, видеосюжет, гипервидео); текст (гипертекст); интерактив (интерактивный инфотейнмент) [Окушова, 2014].

О каждом формате мы поговорим подробнее.

1) Изображение является самым простым и привычным мультимедиа. Они использовались еще в древности, но с развитием технологий видоизменились. Любая фотография способна донести до читателя дополнительную информацию, не сказанную в тексте или расширить уже имеющуюся. Кроме того, картинки способны передать дополнительный смысл, например, отношение редакции к происходящему событию. Также изображения могут выступать в качестве полного дополнения к тексту, а также быть самостоятельными элементами, в зависимости от степени креолизации. Выросла вариативность изображений и каждый их форматов имеет собственные функции.

2) Еще один вариант расширить текст – аудио. С их помощью журналисты могут создать у читателя «эффект присутствия», звук погружает в атмосферу места, поэтому у аудитории невольно возникают чувства сопереживания герою. Кроме того, с помощью аудио есть возможно показать особенности

произношения, если в конкретном материале это играет решающую роль, а также правильно расставить акценты и ударения.

3) Видео передает атмосферу события, уникальности происходящего за счет освещения места события, а также мнения участников. Таким образом, мы можем услышать мнение участника, наблюдать за ним в динамике, в движении, как и все событие в целом. Видео является одним из самых достоверных источников информации, потому что аудитория «вживую» наблюдает за происходящим, за эмоциями людей. Однако у такого формата существует один серьезный минус – дороговизна, в сравнение с другими форматами. Кроме того, видеосюжет уступает текстовому материалу в оперативности.

Все чаще современные СМИ используют не один мультимедийный формат, а сразу несколько, также происходит их слияние. Например, из обычной карты новые технологии позволяют сделать интерактивную. Слияние нескольких видов информации: текста, различных мультимедийных элементов, а также стремление к повышению уровня интерактивности сделало потребление информации более удобной для аудитории.

1.3 Урбанистика в «Новых городских медиа» и просветительских медиа, urban imaginary

Город и медиа неразрывно связаны. Современный человек активно использует разнообразные гаджеты для жизни и современные города вынуждены подстраиваться по нему. С. Маккуайр в своей книге «Геомедиа» рассматривает город и медиа как «неразрывные вещи, он утверждает, что обилие гаджетов, которые так или иначе встроены в нашу жизнь, переводят нашу реальность в плоскость цифрового урбанизма независимо от того, как часто мы пользуемся этими технологиями» [Маккуайр, 2018]. Сюда относятся и онлайн-карты и QR-коды с меню в ресторанах, и смартфоны в целом.

«Современный город – это медийно-архитектурный комплекс, который

возникает в ходе гибридизации городского пространства и медийных платформ» [Маккуайр, 2014]. Исследователь уверен, что город и медиа нельзя рассматривать отдельно, медиа активно влияют на внешний облик городов и их устройства.

Исследователь О. В. Беззубова, изучавшая труды Г. Инниса, в своей книге «коммуникативная концепция культуры Гарольда Инниса» делает вывод, что «если рассматривать город как медиа, то как продукт архитектурной деятельности, он будет принадлежать к временно-ориентированным медиа. Такой тип медиа обеспечивает надежную трансляцию социально-значимой информации через время, которая с течением лет складывается в городские образы» [Беззубова, 2016].

Еще одно важное понятие для нашей научной работы – *urban imaginary*. Американский исследователь Шарон Зукин понимает под термином *urban imaginary* «исторически сложившийся комплекс образов, состоящий из архитектуры города и планов его улиц, творчества его жителей и всей информации о городе, которую можно увидеть, услышать или прочитать с различных медийных платформ. *Urban imaginary* – это всесуществующее знание о городе, выражающееся в воспоминаниях, впечатлениях и опыте человека». Также стоит отметить, что *urban imaginary* складывается в течение долгого времени и с помощью медиа распространяется на широкую аудиторию.

Как уже было сказано выше, урбанистика и медиа – неразрывные понятия, поэтому урбанистика все чаще встречается в СМИ. Благодаря этому, в журналистике появился особый тип изданий. Такие издания называют «Новыми городскими (урбанистическими) медиа». Стоит отметить, что развитие урбанистически ориентированных медиа происходило в условиях их глубокой технологической трансформации.

В. В. Абашаев и И. В. Печищев «выделяют три типа таких медиа:

- Первая группа – стабильно действующие информационные интернет-ресурсы. Сюда относятся все редакции, создающие медиа о городе, независимо от платформы.

- В следующий тип исследователи называют проектные интернет-ресурсы. Сюда входят все те ресурсы, продвигающие информацию о городских проектах и являются площадкой для коммуникации участников. В эту группу входят паблики городских сообществ, участвующих в изменениях города.

- И, наконец, аналитические интернет-ресурсы концентрируют аналитические материалы по проблемам урбанистики, такие как записи выступлений, дискуссий, круглых столов, интервью с экспертами, рецензии на новые книги. Сюда входят медиа, посвященные урбанистике, или образовательные площадки.

Каждый из описанных выше типов интернет-ресурсов может быть создан как институционализированными структурами, так и силами городских сообществ или отдельных активистов. Кроме этого, каждый из описанных типов может базироваться на разнообразных платформах: социальных сети (паблики), собственные сайты (standalone blog), мессенджеры (чаты, каналы Telegram и т. п.)» [Абашаев, 2018].

Стоит отметить, что такие медиа рассматривают город как самодостаточное развивающееся целое, как место жизни людей и сообществ.

О. В. Ильина отмечает, что «в новых городских медиа история города –это еще и история быта и культуры, история частной жизни» [Ильина, 2018].

Цели «Новых городских медиа»:

- Социализация. СМИ концентрируют вокруг себя читателей – современных жителей городов России, определяя их образ жизни аудитории и активизируя процессы социализации. Процесс социализации происходит при помощи материалов СМИ о различных сферах жизни, историй горожан и советов, как сделать свою жизнь в мегаполисе более комфортной.

- Формирование городской идентичности. Исследуются актуальные для идентификации: пространственная, темпоральная, культурная, политическая, экономическая, этническая. И создают соразмерное человеку пространство и время: конструируют символическую карту города [Ильина, 2018].

- Урбанистские издания не ограничиваются ролью путеводителя по модным местам города. Еще одна функция, которую они выполняют – стремление к новому открытию города в его современной повседневной жизни, чтобы показать красоту места жительства для горожан и туристов. Одни смогут гордиться, а вторые захотят приехать.

1.3.1 Просветительская журналистика

В условиях новых медиа выделяется еще один тип – просветительские. Просветительские СМИ явления не новое, они существовали во все времена и главной их задачей было рассказывать аудитории о искусстве и культуре.

Исследователь Чередниченко дает следующее определение таким медиа: «Такие СМИ относятся к категории специализированных и их главная задача – распространение знаний из разных областей науки, культуры, искусства в доступной форме» [Чередниченко, 2021].

С. П. Суворова считает, что предметной областью таких медиа является духовное творчество, включая науку, искусство и культуру. Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что «целью является популяризация научных знаний, способствующих расширению кругозора населения страны; информирование читателей о состоянии науки и техники в России и за рубежом; рассмотрение актуальных проблем науки и техники с целью определения подходов к их решению; распространение высоких культурных ценностей; воспитание людей на образцах общемировой культуры; содействие всестороннему развитию читателя; стимулирование формирования общественного мнения, касающегося состояния науки и культуры; содействие установлению контактов между деятелями разных областей науки и искусства и обмену опытом» [Чередниченко, 2021].

Особенность просветительских медиа заключается в том, что в них созданы журналистские тексты для массовой аудитории, в которых доступным

языком рассказывается о видах творческой деятельности, содержащей в себе общественно значимые нормы и ценности [Суворова, 2006].

Исследователи Л. В. Чередниченко и А. В. Лапко выделяют следующие виды просветительских изданий:

- Научно-просветительские;
- Культурно-просветительские;
- Духовно-просветительские;
- Литературно-художественные [Чередниченко, 2021, с. 117].

О форматах и жанрах в просветительской журналистике говорить пока рано, все они находятся на стадии становления. С каждым разном жанровое разнообразие все больше расширяется. Сюда можно отнести игровые форматы, лонгрид, аудиослайд-шоу, интерактивную видеоколонку, мультискрипт, мультимедийное ток-шоу или конференцию и другие.

Однако А. В. Чутчева в научной работе «Трансформация просветительской журналистики в условиях функционирования новых медиа» «выделяет следующую классификацию жанров:

- информативные жанры (статичная и анимированная инфографика, разъясняющая и/или дополняющая вербальный текст материала);
- иммерсионные жанры (аудио- и видео-подкасты, аудиоиллюстрации и др., создающие особую «атмосферу», «эффект присутствия» аудитории на месте события);
- иллюстративные жанры (статичные иллюстрации, фотоленты, фотогалереи, слайд-шоу, 3D-модели и т.д.);
- интерактивно-навигационные жанры (интерактивная инфографика, тайм-лайн, тесты, викторины, мультискрипт, интерактивная видеоколонка и др.) [Чутчева, 2021].

Из всего сказанного ранее можно сделать вывод, что просветительские медиа относятся к новой типологической группе СМИ. Их задача – ориентироваться и побуждать общественность изучать творчество. Сложные

термины и большой пласт информации преподносятся в легкой, наглядной и игровой форме.

1.3.2 Примеры просветительских проектов

За последнее время количество просветительских проектов заметно увеличилось. Все они имеют разную направленность и форму, однако продвигают общую идею. Такие проекты можно встретить на страницах разных медиа, а также сами горожане часто создают их как способ познакомить общественность с историей своей малой Родины.

Одним из самых известных просветительских проектов – медиапроект Arzamas. Он посвящен истории культуры, литературы, искусства, антропологии, истории и другим гуманитарным наукам. Как говорят сами создатели, «Арзамас» нацелен на академическую достоверность.

В Arzamas четыре раздела: «курсы», «подкасты», «журнал», «детская комната». В каждом из них собраны материалы на отдельные темы и разную аудиторию. Например, тексты из «детской комнаты» очевидно рассчитаны на детей, а также их родителей, в то время как «подкасты» созданы для аудитории, которая часто бывает в пути и не имеет возможности прочитать материал.

Как и говорилось выше, просветительские проекты рассказывают об искусстве простым и понятным языком. Тексты в журнале соответствуют поставленной задаче, однако для лучшего понимания читателям все же лучше понимать исторический бэграунд.

При создании материалов используются мультимедийные форматы: фотографии, рисунки, дизайнерские иллюстрации, подкасты и другое. Это использовано для того, чтобы аудитории было проще воспринимать объемный пласт информации, подтвердить информацию, а также чтобы читатели смогли получить дополнительную информацию.

Еще одним форматом популярным в Красноярске являются пешеходные аудио экскурсии, только по трем основным центральным улицам создано более

пяти. Например, исторический променад «По домам». Аудиогид рассказывает о старинных постройках, их фасадах, архитекторах и жильцах. Принцип довольно просто: группа гостей получает наушники и отправляется централизованно гулять по городу. Им даются указания, когда остановиться и на что обратить внимания. Красноярцы массово посещают подобные экскурсии.

Таким образом можно сделать вывод, что новые медиа – прогрессирующим направлением в журналистике. В отличие от традиционных, новые медиа характеризуются цифровым форматом, интерактивностью и мультимедийностью. Аудитория перестает быть пассивным наблюдателем, теперь она имеет возможность участвовать в создании контента. Поэтому перед СМИ стоит дополнительная задача – завлечь аудиторию, использовать инструменты, с помощью которых читатель сможет работать вместе с редакцией.

Сейчас на сайтах СМИ публикуются не только текстовые материалы, но и лонгриды с применением мультимедийных файлов, таких как, фотографии, видео, аудио, карты и инфографики. Такие приемы позволяют сильнее погрузить аудиторию в событие. Одним из наиболее популярных современных способов создания журналистского материала является медиапроект. Данный формат актуален благодаря своей многогранности, в него можно включить все необходимые компоненты, однако он более сложный в исполнении, чем обычный текст. Журналисты приходится работать на отдельной платформе, создавать для этого сайт и наполнять его.

2 Создание просветительского проекта «Взгляд в прошлое: исторические постройки Енисейской губернии»

«Взгляд в прошлое: исторические постройки Енисейской губернии» – кросс-медийный проект о культурном и историческом наследии Красноярска в формате интерактивной карты. Проект создан автором работы в партнерстве с государственным архивом Красноярского края и NGS24.RU.

Цель проекта – рассказать жителям города о малоизученных и наименее популярных исторических местах.

Этапами проекта стали: выбор мест для анализа и составления карты, обработка информации о зданиях от государственного архива и краевой библиотеки, написание сценария, посещение выбранных мест, подготовка фото- и видео-материалов, монтаж материалов, разработка дизайна и создание презентационного сайта, публикация проекта и продвижение в СМИ.

Актуальность проекта заключается в том, что историческая урбанистика в Красноярске мало репрезентирована, большинство исторических исследований останавливаются именно на жителях города – городской истории. Кроме того, актуальность обусловлена выбором анализируемых мест, а также предпринятым форматом.

Аудитория проекта – жители Красноярска, а также те, кто интересуется Красноярским краем и, в частности, его историей.

2.1 Подготовительный этап работы над проектом

На данном этапе была определена тема проекта – визуальные экскурсии по историческим постройкам города. Также был составлен план работы над проектом, который включал, помимо прочего, установление контактов с руководством государственного архива и краевой библиотеки получения материалов, необходимых для проекта.

Кроме того, на подготовительном этапе было определено название проекта, которое отражает тематику – «Взгляд в прошлое: исторические постройки Енисейской губернии».

2.1.1 Выбор и поиск локаций для проекта

Проект был выполнен в сотрудничестве с государственным архивом, краевой библиотекой и редакцией NGS24.RU. Одной из первых задач было

определить места, которые необходимо отснять, а также найти информацию об их истории.

Был произведен анализ аудитории НГС, чтобы понять интересуется ли их история собственного города и какие из сфер наиболее привлекательны: военные постройки, храмы, театры, дома выдающихся деятелей и другое. С помощью «Яндекс метрики» были получены следующие данные аудитории портала составляют преимущественно жители Красноярска (70%), в одинаковой степени новостями нашего региона интересуются Новосибирцы (2%) и Москвичи (2%), а также жители Абакана (1%) и Норильска (1%). Аудитория НГС на 66% состоит из женщин и на 34% – мужчины. По количеству просмотров тексты на историческую тематику одни из самых популярных: «Красота, которую мы потеряли. Какие исторические здания в Красноярске изменились до неузнаваемости» – 12 тысяч просмотров, «История кафе Красноярска за 100 лет: где кормили бесплатно, куда в СССР ходила элита, а куда модники и что сибирская кухня взяла из Европы» – 50 тысяч просмотров, «История кино: с чего начиналось в Красноярске. Первый фильм и неудача первого здания кинотеатра» – 22 тысячи.

После того, как круг интересов читателей был определен, предстояло заняться поиском необходимой информации. Для этого мы обратились в краевую библиотеку. В отделе краеведения нами был составлен список с источниками о городских локациях, на основе которых были проанализированы все сохранившиеся исторические постройки. При этом по задумке, не все объекты представляли для нас интерес. Широко известные публике, например, особняк Гадалова, мы не включали в список. Кроме того, часть зданий находится на закрытой территории и попасть туда невозможно. Еще одним важным критерием было наличие фотографий.

Для проекта были выбраны следующие локации: Царский железнодорожный мост, остров Молокова, скит в Дивногорске, стекольный завод в поселке Памяти 13 борцов.

2.2 Создание концепции проекта

Выбор тематики проекта предполагает использование определенных мультимедийных форматов. Поскольку в выпускной работе анализируются строения в разных частях города, оправданно было использовать карту. Это поможет визуализировать расстояние, местонахождение, а также даст дополнительную информацию об урбанистике сибирской губернии.

Однако карта сама по себе не может являться интерактивным проектом, а может быть лишь дополнением. Для этого было принято решение создать сайт, на котором помимо карты, будут располагаться архивные фотографии, кадры современной местности, а также справка о назначении места и его судьбе.

По первоначальной задумке проект должен был включать экскурсию для горожан. С помощью QR-кодов по прибытии на место дополнительно включался бы аудиогид, который рассказывал об истории местности. Для тех, кто предпочел остаться дома, материал был представлен в виде репортажа. Однако от задумки пришлось отказаться из-за труднодоступности мест, а также из-за их ветхого состояния, толпы туристов могут повредить памятники истории.

2.2.1 Сбор и обработка информации

После предварительной работы, разработки концепции и определения мест для проекта, последовала работа с источниками.

В государственной краевой библиотеке нам предоставили необходимые источники. Из издания «Енисейская губерния, Красноярский край История в фотографиях 1870-1970» и «Красноярск. История города в фотографиях» были взяты большинство архивных кадров. Однако в состав медиапроекта входят не только фотографии. В книгах «Золотое звено Транссиба. 100 лет Красноярской железной дороге», «Транссибирская магистраль» авторства Д.В. Залужной была найдена информация о строительстве железнодорожного моста царских времен, а также описание его дальнейшей судьбы. А о первом поселении на месте

нынешнего Дивногорска стало известно после прочтения «Дивногорск» Владимира Зыкова.

Далее предстояло посетить сами места для сбора информации. Там были сделаны дополнительные фотографии. На данном этапе одной из проблем стала труднодоступность мест – ехать необходимо только на машине по разбитой дороге, точно нужно знать маршрут – кроме того многие места сохранились в плачевном состоянии и массовое посещение горожан способно разрушить исторический памятник. Другие же достопримечательности находятся на закрытой частной территории и попасть туда просто невозможно, как произошло с бывшим аэропортом на острове Молокова.

В связи с этим было принято решение отказаться от экскурсий с QR-кодами и сконцентрироваться на репортажах. Из-за изменений в концепции поменялся и план работы. Теперь предстояло обработать фотографии, написать тексты и сверстать сайт. Кроме того, поменялся и внешний вид сайта, изменения позволили работать с Tilda, а вместо одной главной страницы получилось пять.

Первый этап работы над проектом заключался в написании репортажей. Параллельно с этим мы верстали сайт и создавали интерактивную карту.

2.3 Создание сайта

Как правило, подобные просветительские проекты публикуются в СМИ либо отдельными статьями, с ссылками на прошлые и на будущие материалы, либо же в формате лонгрида с ссылкой или вставкой на сторонний источник. Поэтому в задачи проекта входило сверстать сайт и опубликовать на нем материалы. В качестве платформы была выбрана Tilda. Это обусловлено тем, что функционал «Тильды» полностью удовлетворяет все условия проекта: возможность вставки интерактивной карты, создание двух и более страниц и возможность переключаться между ними. В дополнение к этому на выбор данной платформы повлияло также и то, что в прошлом наиболее удачные опыты

верстки интернет-страниц автором исследования были реализованы именно на платформе Tilda.

2.3.1 Структура сайта

Сайт состоит из пяти страниц и имеет четкую структуру. На каждой странице вверху находится хедер, в которой содержатся название проекта, подзаголовок, логотипы индустриальных партнеров – ИФиЯК СФУ, Государственного архива и NGS24.RU, лид, в котором содержится информация о контенте проекта, интерактивная карта с представленными городскими местами и подвалом, в котором есть информация об авторе проекта и кнопки обратной связи.

Кроме того, в шапке размещены ссылки на страницы с основной информацией, на них можно попасть через шапку и через метки на карте. На основных страницах находится репортаж с места события, историческая справка и фотографии. С каждой отдельной страницы можно вернуться на предыдущую или перейти на следующую. Кроме того, проект адаптирован для мобильных устройств, чтобы читатель мог зайти с любого устройства.

2.3.2 Верстка и визуальное оформление проекта

Главной задачей при верстке сайта было создать функциональный, читабельный сайт, с которым будет удобно работать. Для этого необходимо придерживаться рекомендаций, которые дают веб-дизайнеры, все они описаны в онлайн-уроках от Tilda.

1) Продумать структуру сайта. Какую задачу мы преследуем, когда его создаем, какова цель и идея. На этом этапе необходимо распланировать количество страниц, разделить информацию по блокам;

2) Исследование сайтов на аналогичную тему;

3) Создать прототип сайта. Макет можно сделать в Figma, Photoshop или любом другом графическом редакторе;

4) Выбрать подходящий дизайн:

а) Выбрать или адаптировать подходящий шаблон. На сайте множество готовых вариантов сайта, на которые можно загрузить свои изображения и текст. Однако если предложенные шаблоны не подходят под формат сайта, можно их адаптировать под свои запросы или создать с нуля;

б) Следующим шагом необходимо настроить навигацию сайта. Для этого нужно создать меню, в котором будут расположены компоненты навигации. Следующим шагом настраивается связь между ними – с одной страницы читатель должен переходить на другую и обратно;

в) Шрифты. Для создания сайта обычно достаточно одного-двух шрифтов. Обычно они выбираются из одного семейства, так они лучше будут сочетаться и не портить картинку. Если хочется разнообразия – можно использовать разный размер, цвет, начертания, изменять жирность и наклон.

5) В конце необходимо еще раз пройтись по сайту, проверить отступы, выровнять все по одной линии, проверить работу кнопок, ошибки в тексте.

Проект в данной дипломной работе создавался точно по приведенному выше списку. В качестве основных цветов использовались белый, серый и черный, так как они хорошо сочетаются между собой, на них хорошо видны шрифты и фотографии.

Было использовано два шрифта: Montserrat и Lato. Первый шрифт был использован в заголовках и подзаголовках, две структурные единицы различаются кегелем, а Lato – в основном тексте. Данные шрифты сочетаются между собой, так как они похожи внешне и имеют один стиль, их удобно читать.

2.4 Апробация проекта

Предварительное исследование в целях апробации было представлено на научной конференции XIV Международная научно-практическая конференция

молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека».

Стояла задача перед комиссией представить исследовательскую часть работы: аннотацию, в которой представлена актуальность, новизна, цель, задачи, а также план проекта. В план проекта входили: список мест для анализа, критерии анализа, примерная структура практической части.

В ходе конференции комиссия дала рекомендации для улучшения проекта.

Также проект был опубликован на платформах NGS24.RU. Перед этим главный редактор издания внес необходимые правки, чтобы материал подходил под стилистику издания. Во-первых, на сайт НГС не публикуются ссылки на сторонние ресурсы, поэтому тексты приходилось оформлять как самостоятельный материал, однако позже вышел цельный документ со всем содержимым. Во-вторых, редактор просмотрел репортажную часть и внес необходимые правки, так как существуют четкие журналистские правила жанра, например, у читателя должно сложиться впечатление присутствия на месте события.

Таким образом, творческий проект дважды был оценен. В первый раз с точки зрения теории, проверяли научные сотрудники университета. А во второй раз практикующим журналистом, который знает и понимает принципы работы с журналистским текстом и мультимедийными проектами.

Третьим этапом апробации стало работа с фокус-группой. Была собрана группа людей, интересующихся историей Красноярска, в нее вошли десять человек из разных возрастных групп, разного пола, достатка и образования. Связывал их только интерес к истории и урбанистике. Группа откликнулась на объявления с предложением протестировать, а затем оставить отзыв на новый медиапроект. Разнообразная аудитория позволила выявить недостатки для каждой возрастов. Так, например, опрашиваемые, которые не являются активными пользователями интернета не поняли, что карта интерактивное и попросили сделать какое-то обозначение, также они не знали, что с одной страницы можно перейти на другую и не обязательно постоянно возвращаться

на главную. Также в адаптированной для мобильных телефонов версии им было тяжело читать текст из-за маленького шрифта. У более молодой аудитории не возникло проблем с технической составляющей, но возникали споры на счет дизайна: кому-то хотелось видеть яркие цвета, других же устраивал минимализм. После этого было принято решение добавить цветные акценты. Все опрошенные оценили наличие архивных фотографий, по их словам, это помогает глубже окунуться в атмосферу и своими глазами увидеть места, о которых идет речь. Однако у молодых респондентов возникли проблемы с текстом, не все исторические слова, особенно, которые относятся к религии, вызывали у них вопросы, из-за чего цельный текст становится для них непонятным. В связи с этим было принято решение дать расшифровку для всех устаревших, трудных или просто непонятых слов. Все замечания были учтены и исправлены в данной локации, а также учитывались при создании новых.

2.5 Анализ работы над проектом

2.5.1 Результаты работы над проектом

При создании проекта «Взгляд в прошлое: исторические постройки Енисейской губернии» возникли трудности в поиске материалов, создании и продвижении. Несмотря на то, что формат является знакомым и понятным для аудитории, а люди привыкли работать с подобными медиапроектами. Информация о интересующих локация была труднодоступной, для ее поиска было необходимо обращаться к специалистам и искать нужное среди большого объема информации.

Подтверждают выше сказанное отзывы читателей и редакции. Помимо новостных материалов, горожанам хочется узнавать новое о своем городе, окунаться в истории. Перед подготовкой проекта был проведен анализ популярных постов в социальных сетях в NGS24.RU.

По завершении работы над проектом можно составить несколько правил для производителей просветительского контента.

1) Первоначально необходимо думать о содержании, а потом уже о форме. Тема городской урбанистики не нова, читателям необходимо преподнести новую информацию. Для этого можно найти интересные, малоизученные места, взглянуть на тему под другим углом, найти интересного спикера, поискать архивные фотографии, записи. Уже после постановки цели стоит думать над форматами и искать способы из адаптации.

2) Необходимо консультироваться со специалистами. С течением времени событие, явление, место или личность обрастает легендами, среди большого количества информации необходимо выбрать достоверную. Кроме того, эксперт может подсказать источники, в которых лучше искать материалы и дать ссылки на малоизвестные факты.

3) Стоит внимательнее относиться к технической составляющей. Ни один проект не будет работать без правильной верстки и монтажа. При создании сайта нужно учитывать пятерное поведение аудитории, особенности чтения, клиповое мышление. Не стоит перегружать страницы деталями.

4) Необходимо протестировать проект перед запуском. Все-таки никто не сможет оценить работу лучше, чем сам потребитель. Тестовый запуск поможет выявить ошибки и получить фидбэк, на основе которого можно улучшить проект.

Беря во внимания всю проделанную работу, можно сказать, что проект «Взгляд в прошлое: исторические постройки Енисейской губернии» удался, цель достигнута. Это не первый проект с подобной тематикой, однако один из немногих, в которых город выступает в качестве героя, о нем рассказывается через его части, постройки, а не через истории известных личностей.

2.5.2 Трудности в работе над проектом

Мелкие трудности появлялись на каждом этапе подготовки проекта. В первую очередь было необходимо составить план, но без сбора информации это

было тяжело, так как общая картина была расплывчата. После утверждения локаций пришлось менять общую концепцию и отказываться от намеченного плана. Поменялась задумка и специфика.

Далее нужно было отправляться по адресу локаций. На данном этапе присутствовала необходимость выезжать за город, на довольно дальние расстояния, автобусы и такси туда не ездят. Приходилось искать водителей и подстраиваться под их график.

Верстка заняла довольно долго времени, дизайнер и IT-специалист справились с этой задачей бы гораздо быстрее, однако на это требовались вложения, которых у автора проекта не было, поэтому все производилось самостоятельно.

Если обобщить, трудности во время производства проекта все же удавалось преодолевать. Полученный навык будет полезен в дальнейшем при продюсировании медийных проектов.

2.5.3 Перспективы продвижения и развития проекта

В планах опубликовать проект в городских изданиях, специализирующихся на культуре. Помимо этого, есть идея предложить разместить проект на площадках Краеведческого музея, краевой библиотеки и государственного архива. Подобные материалы периодически публикуются в социальных сетях учреждений. Это позволяет повысить вовлечение аудитории, заинтересовать ее.

Проект – вневременной, а значит его актуальность не привязана к какой-то дате или событию, релевантность его не утратится.

Кроме того, он может существовать как самостоятельно, так и как часть какого-то масштабного проекта про Красноярск и страну в целом.

Исходя из всего выше сказанного можно сделать вывод, что создание медиапроекта – трудоемкий процесс. Для создания хорошего проекта первоначально необходимо детально изучить предмет, на основе которого будет

строится работа. Далее предстоит тщательная работа по поиску информации и разработки концепции. Особое внимание нужно уделить дизайну, сайт, нарушающий правила верстки будет тяжело читать, что снизит просмотры. Стоит собрать фокус-группу, потому что у автора глаз может замылиться и он не увидит ошибок и недостатков. Проект «Взгляд в прошлое: исторические постройки Енисейской губернии» можно считать успешным, он отвечает всем запросам современной журналистики, а также полностью выполняет свою функцию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сейчас жители больших городов все чаще участвуют в жизни своего города, выходят на субботники, участвуют в облагораживании территорий и выступают за сохранение исторических памятников. Не удивительно, что власть и СМИ поддерживают население в этом. Журналистика помогает создать «диалог» между ними. Однако красноярцам мало участвовать в современной жизни города, они активно интересуются его историей. Поэтому просветительские проекты вызывают большой интерес у аудитории.

В условиях функционирования «новых медиа» журналистские материалы претерпевают изменения – они становятся более интерактивными, в них добавляются интерактивные форматы. Такие приемы помогают привлечь и вовлечь аудиторию, теперь она не молчаливый наблюдатель, а полноценный создатель материала. Все чаще в СМИ создаются собственные мультимедийные проекты, на основе интересов и запросов аудитории.

К тому же просветительская журналистика выходит на новый уровень. Новые федеральные стандарты оцифровки культурного наследия позволяют упростить процедуру обработки и сбора культурных данных. Это же в свою очередь помогает журналистам быстрее создавать контент и подходить к нему более осмысленно. В материалах культурной тематики теперь преобладают мультимедийные материалы, что привлекает аудиторию.

В ходе работы были выполнены следующие задачи:

1 Дано определение понятиям исторической урбанистики и истории города. В данной работе были разграничены два смежных понятия. Под «исторической урбанистикой» понимает становление города и его развитие как самостоятельной единицы. История города же в свою очередь рассматривает населенный пункт под призмой исторических событий и выдающихся личностей, отодвигая его на второй план, и используя как вспомогательный инструмент.

Рассмотрен принцип работы «Новых городских медиа» и просветительских медиа. «Новые городские (урбанистике) медиа» рассматривают город как самодостаточное развивающееся целое, а также как место жизни людей. Появление таких специализированных изданий обусловлено неразрывностью урбанистики и СМИ. В задачи «Городских медиа» входит: социализация, формирование городской идентичности и открытие нового в привычном городе. Кроме того, был рассмотрен еще один тип специализированных медиа – просветительские. В их задачу входит рассказывать массовой аудитории о явлениях культуры и искусства простым языком.

Рассмотрено понятие *urban imaginary* в поле медийной урбанистики. *Urban imaginary* – это картина города, которая в течение долгого времени складывалась и распространялась с помощью медиа. В это понятие входит и план улиц, и стилистика зданий, и все новости, и события, которые происходят в конкретном населенном пункте.

Рассмотрены теоретические аспекты урбанистики. Сейчас стало понятно, что процесс урбанизации Красноярска не стоит на месте, он развивается вместе с современными технологиями. Появляется все больше аспектов, без которых современный город не может полноценно функционировать и для комфортной жизни власть и сами горожане должны постоянно его развивать.

Рассмотрены разные мультимедийные форматы. Сейчас мультимедиа является обязательным аспектом любого журналистского текста. Каждый отдельный формат отвечает определенным задачам, что позволяет подобрать подходящий к ситуации формат и сделать материал более полным и многосторонним. С развитием технологий увеличилось количество форматов, а также появился симбиоз нескольких.

Проанализирована роль мультимедиа в современных СМИ. Как уже говорилось ранее мультимедиа – неотъемлемая часть СМИ. Она используется для иллюстрации материалов, с ее помощью читатели могут погрузиться в атмосферу события. Также редакция может загрузить медиа метасмыслом и,

например, передать свое отношение к происходящему. Благодаря интерактивности аудитория перестает быть молчаливым наблюдателем и становится полноправным соавтором текста, для этого создано множество инструментов. Кроме того, теперь читатель может выбирать фрагмент материала, который интересует его в большей степени.

Проект «Взгляд в прошлое: исторические постройки Енисейской губернии», созданный в рамках данной работы представляет собой мультимедийный проект, созданный для просвещения Красноярцев. В его основе – мультимедийная карта, а также рассказ о исторических местах города с фотографиями и архивными материалами.

В ходе работы предстояло собрать историческую справку об описываемых местах, для этого необходимо обратиться к специалисту, а также самостоятельно начать поиск в архиве и библиотеке. Кроме хронологических заметок внимание стоит уделить архивным фотографиям, письмам и видео, если таки имеются.

Далее автору любого исторического проекта необходимо посетить локацию для того, чтобы оценить современное состояние объекта, а также добавить в материал элементы репортажа, что вовлечет аудиторию.

Во время подготовки проекта особое внимание стоит уделить дизайну и адаптации проекта для разных устройств. При ошибках в верстке аудитории становится тяжело воспринимать проект.

«Взгляд в прошлое: исторические постройки Енисейской губернии» создан по всем правилам мультимедийных просветительских проектов. Информация об истории и культуре города написана простым и понятным языком для массовой аудитории, для его понимания не обязательно иметь бэкграунд. Сложные понятия из разных сфер жизни расшифровываются, что делает их понятней. Также проект наполнен мультимедийными и интерактивными материалами, без которых не может существовать современное медиа.

Уникальность проекта состоит в том, что это один из немногих проектов, построенных на основе истории города с точки зрения урбанистики, а не через истории выдающихся земляков.

Проект – вневременной, а значит его актуальность не привязана к какой-то дате или событию, релевантность его не утратится.

Кроме того, он может существовать как самостоятельно, так и как часть какого-то масштабного проекта про Красноярск и страну в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Абашаев, В.В. Городские сетевые издания как агенты урбанизации [Электронный ресурс] / В.В. Абашаев, И.М. Печищев // Знак: проблемное поле медиаобразования – 2018 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskie-setevye-izdaniya-kak-agenty-urbanizatsii> (Дата обращения: 19.11.2021)
- 2 Абрамова, Е.В. Публичная сфера, городское пространство и новые медиа [Электронный ресурс] / Е.В. Абрамова // Философский журнал - 2012 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-sfera-gorodskoe-prostranstvo-i-novye-media> (Дата обращения: 16.12.2021)
- 3 Агеев, И.А. Методологический ресурс исторической урбанистики в современных исследованиях городских пространств [Электронный ресурс] / И.А. Агеев // Вестник Томского государственного университета - 2014 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskiiy-resurs-istoricheskoy-urbanistiki-v-sovremennyh-issledovaniyah-gorodskih-prostranstv> (Дата обращения: 16.12.2021)
- 4 Баканов, С.А. Историческая урбанистика в России заявляет о себе [Электронный ресурс] / С.А. Баканов// Magistra Vitae: электронный журнал по историческим наукам и археологии - 2016 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskaya-urbanistika-v-rossii-zayavlyayet-o-sebe>
- 5 Бамбетова, К.В. Роль урбанистики в архитектурном проектировании [Электронный ресурс] / К.В. Бамбетова // Вопросы науки и образования - 2021 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-urbanistiki-v-arhitekturnom-proektirovanii-1> (Дата обращения: 19.11.2021)
- 6 Барабанов, А.А. Урбанистика сегодня [Электронный ресурс] / А.А. Барабанова // Академический вестник УралНИИпроект РААСН - 2009 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/urbanistika-segodnya> (Дата обращения: 05.11.2021)

7 Вартанова, Е. Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ / Е. Л. Вартанова // Информационное общество. – 2008. – Вып. 5–6. – С. 37–39.

8 Гони́на, Н. В. Урбанизация советской Сибири во второй половине XX в. в отечественной историографии / Н. В. Гони́на // Иркутский историко-экономический ежегодник. – Иркутск : Байкальский государственный университет экономики и права, 2008. – С. 552-556.

9 Гун, Г.Е. Урбанистика и художественная культура города / Г. Е. Гун // Вестник культуры и искусств - 2012 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/urbanistika-i-hudozhestvennaya-kultura-goroda> (Дата обращения: 22.10.2021)

10 Гусева, Е.Н. Конструирование городской идентичности в электронных СМИ [Электронный ресурс] / Е.Н. Гусева // Огарев-Online – 2019 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-gorodskoy-identichnosti-v-elektronnyh-smi> (Дата обращения: 16.12.2021)

11 Дружин, А.М. "Новые медиа" в информационно-коммуникационной среде [Электронный ресурс] / А.М. Дружин // Век качества – 2018 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-v-informatsionno-kommunikatsionnoy-srede> (Дата обращения: 05.11.2021)

12 Зверева, Е.А. Инструменты социализации в новых городских медиа [Электронный ресурс] / Е.А. Зверева // Социально-гуманитарные знания - 2019 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-sotsializatsii-v-novyh-gorodskih-media> (Дата обращения: 03.12.2021)

13 Иванькина, Н.А. Концепция Нового урбанизма: предпосылки развития и основные положения [Электронный ресурс] / Н.А. Иванькина, М.В. Перькова // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова - 2018 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-novogo-urbanizma-predposylki-razvitiya-i-osnovnye-polozheniya> (Дата обращения: 03.12.2021)

14 Ильина, О.В. Новые городские медиа как субъект конструирования территориальной идентичности [Электронный ресурс] / О.В. Ильина // Знак:

проблемное поле медиаобразования – 2017 – Режим доступа:
<https://cyberleninka.ru/article/n/novye-gorodskie-media-kak-subekt-konstruirovaniya-territorialnoy-identichnosti> (Дата обращения: 16.12.2021)

15 Ильина, О.В. Новые городские медиа как субъект конструирования территориальной идентичности [Электронный ресурс] / О.В. Ильина // Знак: проблемное поле медиаобразования - 2018 – Режим доступа:
<https://cyberleninka.ru/article/n/novye-gorodskie-media-kak-subekt-konstruirovaniya-territorialnoy-identichnosti> (Дата обращения: 03.12.2021)

16 Караваева, Я.В., Культурно-просветительская деятельность в медиапространстве [Электронный ресурс] // Я. Караева // Человек в мире культуры – 2015 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturno-prosvetitelskaya-deyatelnost-v-mediaprostranstve> (Дата обращения: 19.11.2021)

17 Карякина, К. А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента / К. А. Карякина // Медиаскоп. – 2010. – №. 1. – С. 6–34.

18 Корнев, М. Виртуальное для реального: новые измерения [Электронный ресурс] / М. Корнеев // Журналист. – 2017. – № 7. – Режим доступа: <http://jrnlst.ru/content/virtualnoe-dlya-realnogonovye-izmereniya>

19 Корнев, М.С. Новые медиа в гуманитарном образовании [Электронный ресурс] / М. С. Корнев // Сборник статей научно-практической конференции «Новые медиа в гуманитарном образовании»: под ред. М.С. Корнева. – М., РГГУ, 2013. – Режим доступа:
<http://www.slideshare.net/mkornev/ss-22943587> (Дата обращения: 19.11.2021)

20 Кудинова, И. Ю. Современные культурологические исследования сибирских городов / И. Ю. Кудинова // Наука и современность – 2010 – Режим доступа:
<https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-kulturologicheskie-issledovaniya-sibirskih-gorodov> (Дата обращения: 10.03.2022)

21 Лосева, Н. Новые медиа как продукт [Электронный ресурс] / Н. Лосева // Всероссийский семинар по мультимедийной журналистике. – Пермь,

2014. – Режим доступа: <http://www.slideshare.net/janekuzmina5/ss-33653183> (Дата обращения: 06.02.2022)

22 Маккуайр С. Геомедиа: сетевые города и будущее общественного пространства / С. Маккуайр; пер. с англ. - М.: Strelka Press, 2018. - 268 с.

23 Нигматуллина, К.Р. Гибридная повестка новых городских медиа: между локальным и федеральным (на примере медиапространства Санкт-Петербурга) [Электронный ресурс] / К.Р. Нигматуллина // Знак: проблемное поле медиаобразования - 2018 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gibridnaya-povestka-novyh-gorodskih-media-mezhdu-lokalnym-i-federalnym-na-primere-mediaprostranstva-sankt-peterburga> (Дата обращения: 06.02.2022)

24 Никитенко, В.А. Сравнительный анализ понятий «Новые медиа» и «Социальные медиа» [Электронный ресурс] / В.А. Никитенко // Огарев-Online - 2017 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-ponyatiy-novye-media-i-sotsialnye-media> (Дата обращения: 03.12.2021)

25 Носовец, С.Г. Новые медиа: к определению понятия [Электронный ресурс] / С.Г. Носовец // Коммуникативные исследования – 2016 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-k-opredeleniyu-ponyatiya> (Дата обращения: 10.03.2022)

26 Пастухов, А. Г. О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура [Электронный ресурс] / Г.А. Пастухова // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки – 2015 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-granitsah-media-novye-media-i-novaya-mediynaya-kultura> (Дата обращения: 06.02.2022)

27 Перцик, Е. Н. Геоурбанистика: учебник для студ. высш. учеб. заведений / Е. Н. Перцик. – М. : Издательский центр «Академия», 2009. – 432 с.

28 Рафикова С. А. «Шкала идентификаторов горожан» как метод качественных урбанистических исследований // Вестн. НГУ. Серия: История, филология. 2014. Т. 13, № 1: История. С. 115–122.

- 29 Сакоян, А. Новые медиа / Эл. ресурс. - Режим доступа: http://polit.ru/article/2011/08/05/new_media/ (Дата обращения: 10.03.2022)
- 30 Семенов, М.Ю. Проблема исторического исследования феномена городской культуры (теоретические аспекты) [Электронный ресурс] / М.Ю. Семенов // *Via in tempore. История. Политология* - 2009 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-istoricheskogo-issledovaniya-fenomena-gorodskoy-kultury-teoreticheskie-aspekty> (Дата обращения: 23.11.2021)
- 31 Стась, И.Н. Историческая урбанистика в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке [Электронный ресурс] / И.Н. Стась // *Ойкумена. Регионоведческие исследования* - 2019 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskaya-urbanistika-v-vostochnoy-sibiri-i-na-dalнем-vostoke> (Дата обращения: 06.02.2022)
- 32 Стинс, О. Новые медиа / О. Стинс, Д. Фухт // *Вестник ВолГУ. Серия 8: Литературоведение. Журналистика.* – 2008. – №7. – С. 98–106.
- 33 Тыканова, Е. Шарон Зукин. Культуры городов. Пер. С англ. Д. Симановского. М. : новое литературное обозрение, 2015 [Электронный ресурс] / Е. Тыканова // *Laboratorium: Журнал социальных исследований* - 2016 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sharon-zukin-kultury-gorodov-per-s-angl-d-simanovskogo-m-novoe-literaturnoe-obozrenie-2015> (Дата обращения: 03.12.2021)
- 34 Чередниченко, Л. В. Формы представления контента в просветительских медиа (на примере просветительского медиапроекта Arzamas) / Л. В. Чередниченко, А. В. Лапко // *Litera.* – 2021. – №5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-predstavleniya-kontenta-v-prosvetitel'skih-media-na-primere-prosvetitel'skogo-mediaproekta-arzamas> (Дата обращения: 17.10.2021)
- 35 Чутчева, А. В. Трансформация просветительской журналистики в условиях функционирования новых медиа / А. В. Чутчева, В. В. Витвинчук, М. С. Лаврищева // *Меди@льманах.* – 2021. – №2 (103). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-prosvetitel'skoy-zhurnalistiki-v-usloviyah-funktsionirovaniya-novyh-media> (Дата обращения: 07.10.2021)

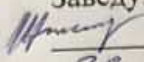
36 Шинкарюк, А.А. Жанровая составляющая основных мультимедийных форматов (лонгрид, арtdок) [Электронный ресурс] / А.А. Шинкарюк // Журналистский ежегодник – 2017 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-sostavlyayuschaya-osnovnyh-multimediynyh-formatov-longrid-artdok> (Дата обращения: 10.03.2022)

37 Mcquire, S. The Media City: Media, Architecture and Urban Space / S. Mcquire // Moscow: Strelka Publ. - 2014 – С. 388

38 Neuman, R. Social Implications of the Internet / R. Neuman // Annual Review of Sociology. – 2001. – № 27. – С. 307–336.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики и литературоведения

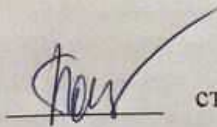
УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 К. В. Анисимов
« 28 » июня 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

ИСТОРИЧЕСКАЯ УРБАНИСТИКА КРАСНОЯРСКА:
ЦИФРОВОЕ РАСШИРЕНИЕ

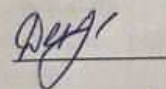
Руководитель



ст. преподаватель

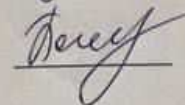
О.В. Богуславская

Выпускник



Д.В. Дениско

Нормоконтролер



преподаватель

Л.О.Полежаева

Красноярск 2022