Вера Васильевна Богуславская

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина (Москва)

VVBoguslavskaya@pushkin.institute

Валерия Алексеевна Цибакова

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина (Москва)

**Проект «Культура.РФ» как интернет-СМИ: типологический аспект**

Рассматриваются основные подходы к типологической характеристике современных российских интернет-СМИ. Материал исследования – культурно-просветительский проект «Культура.РФ». Авторами предлагается типология сайта как интернет-СМИ.

Ключевые слова:интернет-СМИ, культурно-просветительский проект, типология СМИ.

Журналистика как динамически развивающаяся сфера деятельности общества существенно изменилась за последние 20 лет, чему способствовала глобальная цифровизация, в частности переход СМИ в интернет-пространство. Важным критерием отнесения интернет-проекта к СМИ, является возможность его типологического описания. Анализ исследований, посвященных проблеме типологии СМИ, в частности работ И. Ф. Давыдова [1], О. В. Шагаловой [2], Н. Э. Шишкина [3], позволил нам выделить критерии для типологической характеристики интернет-проекта «Культура.РФ».

«Культура.РФ» – проект, созданный при поддержке Министерства культуры РФ. В разделе «О проекте» опубликована главная информация о сайте: «Мы рассказываем о событиях и людях в истории литературы, архитектуры, музыки, кино, театра, а также о народных традициях и памятниках природы».

На основе вышесказанного, мы выделили следующие типоформирующие признаки интернет-проекта «Культура.РФ»:

1. Степень профессиональности: профессиональные редакторы, журналисты, популяризаторы.

Постоянными авторами сайта «Культура.РФ» являются профессиональные журналисты. Также к публикациям нередко привлекают приглашенных экспертов, которые дают квалифицированные ответы на специфические вопросы рубрик «Культурный вопрос» и «Слово дня».

2. Доступность для читателей: общедоступный проект.

Проект находится в общем доступе интернет-пространства, поддерживается федеральными программами и партнерами, среди которых Национальная электронная библиотека, официальный сайт Мэра Москвы mos.ru, проекты Artefact и Культурный регион.

3. По характеру аудитории: специализированный.

Контент сайта «Культура.РФ» направлен на аудиторию, которой интересны кино, музыка, искусство, литература, традиции России и другие темы, касающиеся культуры.

4. Частота обновления: регулярно обновляемый проект.
Публикация контента происходит ежедневно.

5. Методы распространения информации и форма организации:
сайт (веб-ресурс) и социальные сети.

Основной сайт – culture.ru, также проект представлен в социальных сетях: ВКонтакте, Одноклассники, Telegram, ICQ New, Яндекс.Мессенджер, Яндекс.Дзен.

6. «Самоподача»: наличие раздела «о проекте», регистрация «ФКУ Цифровая культура».

Как интернет-СМИ «Культура.РФ» публикует «выходные данные»: информацию о проекте, его тематике, авторском составе, наличии регистрации, контактные данные.

7. Количество уникальных посетителей в сутки: в среднем более 1 200 000 просмотров (по данным статистики сайта на 6 февраля 2024 г.).

Итак, «Культура.РФ» – это качественный интернет-проект культурно-просветительской направленности. Пользователи заинтересованы в получении контента на тему культуры от профессионалов, что подтверждается статистикой среднесуточного посещения сайта. Так как проект принадлежит государству и финансируется за счет средств Министерства Культуры РФ, сайт «Культура.РФ» направлен на максимально широкую аудиторию, заинтересованную в теме культуры и искусства России. Возможность типологической характеристики сайта «Культура.РФ» позволяет отнести проект к интернет-СМИ.

Литература

1. Давыдов И. Ф. Масс-медиа российского Интернета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации. // Русский Журнал. 2000. URL: <http://old.russ.ru/politics/20000928_davydov.html>.

2. Шагалова О. В. Интернет-СМИ Пермского края: типология и описание // Acta Diurna. 2007. № 3. URL: <http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/shag_permnet.html>.

3. Шишкин Н. Э. Основы журналистики Тюмень, 2007.