**Правительство Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**

**высшего профессионального образования**

**«Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»**

**Факультет Медиакоммуникаций**

 **Магистерская программа «Мультимедийная журналистика»**

**Департамент** «**Журналистики»**

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

**На тему: «Традиционные и мультимедийные жанры в современных интернет-СМИ (рейтинг и причины популярности)»**

Студент группы № 744ж

Халилбеков Х.М.

(Ф.И.О.)

Научный руководитель

Телень Л.О.

(должность, звание, Ф.И.О.)

Консультант

Новикова А.А.

(должность, звание, Ф.И.О.)

Москва 2013

**Содержание:**

[Введение 3](#_Toc357990096)

[Глава 1. СМИ и мультимедиа. 13](#_Toc357990097)

[1.1. Мультимедиа и контент. Общие понятия и этапы развития 13](#_Toc357990098)

[1.2. Мультимедийный контент современных интернет-СМИ. Классические и мультимедийные жанры 19](#_Toc357990099)

[1.3. Виды мультимедийных интернет-СМИ 29](#_Toc357990100)

[Глава 2. Анализ контента сайтов РИА «Новости», «Радио Свобода» и радио «Эхо Москвы» через призму жанровых предпочтений пользователей ресурсОВ 38](#_Toc357990101)

[2.1. Контент интернет-СМИ в период актуальности информационного повода 43](#_Toc357990102)

[2.1.1 РИА Новости (www.ria.ru) 43](#_Toc357990103)

[2.1.2 Радио Свобода (www.svobodanews.ru) 48](#_Toc357990104)

[2.1.3 Радио «Эхо Москвы» (www.echo.msk.ru) 50](#_Toc357990105)

[2.1.4 Сравнительный анализ материалов трех исследуемых ресурсов по жанрам 53](#_Toc357990106)

[2.2. Контент интернет-СМИ в пост-событийный период (спада актуальности информационного повода) 59](#_Toc357990107)

[2.2.1. Контент интернет-СМИ в первую неделю пост-событийного периода по виду жанра 60](#_Toc357990108)

[2.2.1.1. РИА Новости (www.ria.ru) 60](#_Toc357990109)

[2.2.1.2. «Радио Свобода» (www.svobodanews.ru) 63](#_Toc357990110)

[2.2.1.3. Радио «Эхо Москвы» (www.echo.msk.ru) 65](#_Toc357990111)

[2.2.2. Контент интернет-СМИ во вторую-четвертую недели пост-событийного периода по виду жанра 68](#_Toc357990112)

[2.2.2.1. РИА Новости (www.ria.ru) 68](#_Toc357990113)

[2.2.2.2 «Радио Свобода» (www.svobodanews.ru) 72](#_Toc357990114)

[2.2.2.3 «Эхо Москвы» (www.echo.msk.ru) 76](#_Toc357990115)

[2.2.2.4. Сравнительный анализ материалов трех исследуемых ресурсов по жанрам в пост-событийный период 80](#_Toc357990116)

[Заключение 90](#_Toc357990117)

[Список литературы 93](#_Toc357990118)

**Введение**

Сегодня уже вполне привычно узнавать о происшествиях и значимых событиях не из программ ТВ, радио или газет, а из интернета. И речь уже не только об интернет-СМИ. Источником информации сегодня может быть, к примеру, социальная сеть. Представители классических СМИ признают, что в войне за оперативность, которая ведется сейчас, они проигрывают интернету, в том числе и «гражданским журналистам», не являющимся специалистами, но попадающим в нужное время в нужное место. Яркий тому пример взрыв в «Домодедово» в январе 2011 года, когда ведущий новостей, например, «Первого канала», зачитывал сообщения свидетелей происшествия из Twitter, а на экране транслировались кадры, снятые на мобильные телефоны и выложенные в сеть[[1]](#footnote-1). Сегодня этот тип информации уже имеет свою терминологию — пользовательский контент или UGC (User Genrated Content в переводе с англ. — контент, созданный пользователем) — медиапродукт, созданный не профессиональными журналистами, а простыми пользователями, которые не принимают непосредственного участия в создании медиа. В эту категорию входят наряду с текстом, любительские фотографии и видео. Этот элемент так же является и одним из главных мультимедийных составляющих, появившихся вместе с развитием интернет-журналистики.

UGC, которому посвящена часть представленного исследования, является лишь одним из специфических мультимедийных жанров в современных интернет-СМИ, основные из которых также рассматриваются в данной работе. Журналистские жанры в чистом виде (например, информационная заметка) для современных СМИ на платформе интернет стали лишь инструментом для поддержания стабильного траффика, и их доля в общем потоке информации становится меньше. Каждая редакция экспериментирует с форматами передачи новостей, комбинирует различные жанры, тем самым пытаясь выявить наиболее эффективные из них для последующего использования.

Еще в середине 1980-х годов прошлого столетия одна из крупнейших и наиболее «мултимедийных» медиакорпораций в мире британская БиБиСи после разработки стратегии развития на ближайшие 10 лет выделила не одну сотню миллионов фунтов на развитие именно мультимедийной продукции[[2]](#footnote-2), хотя ее перспективы в то время еще не были до конца ясны. В тот период слово мультимедиа употреблялось, в основном, для обозначения продукции одного из средств коммуникации (аудио, видео) и получило более широкое смысловое понятие позже — с развитием Интернет-технологий. Уже сегодня этот термин чаще используется по отношению к СМИ. Точнее к новым видам СМИ, функционирующих на платформе Интернет. Вместе с этим термином и развитием интернет и индустрий на его платформе в обиход вошел термин, уходящий корнями в английский язык — контент. Два этих понятия сегодня уже стали ключевыми для современных СМИ (Более широко значения двух этих слов автором рассматриваются в первой главе данного исследования).

В связи с этим все виды средств массовой информации – ТВ, радио, печатные издания – стараются не отставать и используют все способы и возможности мультимедийных технологий для того, чтобы удержать и расширить свою аудиторию в интернете.

Так, газеты и журналы уже считают количество своих читателей не только по объему проданного тиража, но и по счетчику посетителей своего интернет-сайта, где выкладываются материалы из последнего номера издания. Кроме того, большая часть этих статей специально переписывается (редактируется) и адаптируется под интернет или для онлайн-версий, что становится уже практически повсеместным правилом, производится дополнительный контент (например, газета «Ведомости» и сайт Vedomosti.ru). Все чаще к материалу прикрепляются дополнительные мультимедийные элементы, которые в виду ограниченных возможностей носителя (в данном случае, бумаги) нельзя опубликовать в издании (например, динамичная инфографика, презентация, видео- и аудио-комментарии и ролики).

Радио, в свою очередь, уходя в сеть, помимо аудиоматериалов публикует на своем сайте статьи и новости, причем значительная часть этих материалов, рубрик и колонок может не иметь какого-либо отношения непосредственно к радиовещанию (например, сайты «Радио Свобода» и радио «Эхо Москвы» и их Интернет-ресурсы). Сайт радио становится автономным СМИ и лишь частично участвует в распространении радиопродукции. Тем более, что традиционная для радио продукция может быть не так востребована, как тот же контент, но в другом виде. Например, в ходе исследования выяснилось, что интервью, прошедшее в эфире радио и выкладываемое в формате аудио и текстовом варианте в последующем на сайт СМИ, больше именно читается, а не прослушивается. Об этом говорит сравнение статистики посещений страниц текста и аудио одного и того же интервью, которое можно просмотреть во второй главе.

Телевизионные же каналы практически все, вещающие на федеральном уровне, давно уже имеют прямую трансляцию в интернете через свой сайт. Хотя здесь некоторую сложность представляет вещание фильмов, покупка прав на которые в большинстве случаев исключает трансляцию в интернете.

Как мы видим, все виды СМИ адаптируются под сегодняшние требования аудитории, вызванные бурным развитием сферы высоких технологий. И не удивительно, что пользователи все чаще и глубже уходя в сеть, становятся взыскательнее и, имея неограниченный выбор источников информации, могут с легкостью «уйти» к другому ресурсу, если вдруг обнаружат, что в сети их привычного СМИ (канала, радио, газеты, журнала) нет.

С момента появления терминов контент и мультимедиа, а точнее с момента появления самой возможности их внедрения, благодаря развитию интернет-среды в качестве дополнительного канала распространения качественной информации, начали проводиться многочисленные исследования. Хотя большинство из них касаются интернет-СМИ отчасти, так как большая их доля посвящена коммуникации пользователей между собой посредством этого канала. Что же касается мультимедийной продукции и конвергентных редакций, основные исследования их деятельности и продукции, а также анализ перспектив начали появляться лишь с начала XXI века, когда интернет-СМИ перестали быть полным отражением своих «родителей», а стали развиваться параллельно с ними, но уже со своими функциями, штатом сотрудников и бюджетом.

Классификации Интернет-СМИ посвящено немало работ, но автор почти каждой из них предлагает свой способ или наоборот — лишь перечисляет возможные характеристики, по которым они могут быть классифицированы. Поэтому унифицированного и общепринятого правила систематизации сегодня нет (Что уж говорить, когда в самой России нет пока общепринятых классификаций понятиям формат и жанр для ТВ, которому более полусотни лет). В связи с этим в первой главе была предпринята попытка привести наиболее распространенные разделения онлайн-СМИ на группы. Некоторые из них могут быть ненаучными, но имея большое влияние на данное направление, не могут быть не упомянутыми. Таковыми, например, являются данные о классификации основными рейтинговыми ресурсами Рунета — Rambler топ 100, Liveinternet и т.д.

Кроме того, хотя мультимедийные жанры сейчас только развиваются и уже представляют собой большую долю посещений ресурсов, на которых они опубликованы, глобальных исследований популярности и перспектив каждого из них пока нет. Определение жанра для публикаций на определенную тему чаще всего также происходит исходя из возможностей и из личного опыта принимающих решение сотрудников на летучке или даже «методом проб».

Это уже другая проблема представителей современной журналистики, которые сталкиваются с этой сложностью – они создают то, не знают чего. А именно, в результате экспериментов, жанрового синтеза, поддержанного новыми возможностями интернета, рождаются оригинальные виды подачи информации. Некоторые из жанров, родившиеся на этом срезе, получают свое название, другие – «живут» только в экспериментах того или иного СМИ. Поэтому сегодня никто не может дать точного определения, какой из используемых жанров в интернет-СМИ относится к классическим, мультимедийным или синтетическим, так как использование классического жанра в Интернете уже априори должно делать его мультимедийным, так как у материала появляются такие дополнительные функции, как «Поделиться» в социальных сетях с друзьями, комментирование и обсуждение в режиме реального времени, в том числе и с автором или редакцией СМИ, гиппертекстуальность. Профессиональной литературы на эту тему также мало и данная тематика мало исследована: теоретиками журналистики практически не затронута, практикующими журналистами – частично. Поэтому во время ранжирования жанров на классические и мультимедийные за основу были взяты работы Натальи Лосевой, которая в момент начала исследования занимала пост директора по мультимедиа и новым проектам «РИА Новости», крупнейшего и главного мультимедийного информационного агентства России, и персона, признанная журналом Timeout в 2010 году одним из семи человек, создавших Рунет[[3]](#footnote-3). Понятия основных жанров, использованных в исследовании, мы рассмотрим в первой главе.

Каждая редакция может следить за статистикой посещений своих страниц и, исходя из этого, принимать решение о вывешивании материала на главную страницу, его поднятии выше на ней и т.д. Также оно может просматривать, какие именно материалы были популярны за определенный отрезок времени, но возможность влияния формата подачи информации на количество просмотров как таковое редко обсуждается, в основном, только тема.

В связи с этим вторая глава исследования посвящена определению доли просмотров материалов, ранжированных по жанрам, в период актуальности информационного повода, а также в пост-событийный период (после потери актуальности информационного повода) трех онлайн ресурсов. Интернет-СМИ, выбранными для исследования, стали сайты РИА «Новости», одно из главных и крупнейших мультимедийных СМИ России, сайта радио «Эхо Москвы», одного из самых «оппозиционных» СМИ Рунета, а также сайта «Радио Свобода», американского СМИ, работающего на российскую аудиторию, которое в изучаемый период демонстрировал высокую динамику в освоении новых технологий.

Информационный повод для всех материалов был использован один — массовые акции сторонников оппозиции и власти, прошедшие 6 мая 2012 года по всей России. Это даст возможность определить популярность каждого отдельно взятого жанра в эру мультимедийности и его эффективность с точки зрения концентрации просмотра на единицу времени. Исходя из всего сказанного выше данная работа по исследованию контента, созданного на основе мультимедийных технологий, **является актуальной** и **содержит в себе научную новизну**.

**Объектом исследования** являетсяконтент интернет-СМИ в период обострения политической ситуации в стране, исследуемый на примере информационных материалов сайтов РИА «Новости», радио «Эхо Москвы» и «Радио Свобода» (с 6 мая по 3 июня 2012 года).

**Предметом исследования** являются взаимосвязь между жанрами, которые используют интернет-СМИ, и их популярностью у сетевой аудитории.

Исходя из этого, основной **целью данной работы** являетсявыявление взаимосвязей мультимедийных и традиционных жанров в Интернет-СМИ, которое подразумевает, сбор и анализ (качественный и количественный) данных страниц ресурса, датированных 6 мая 2012 года, их популярности среди потребителей.

В связис этим в рамках исследования поставлены следующие **задачи:**

* Провести теоретический анализ отечественной и зарубежной литературы на тему мультимедийного контента, Интернет-СМИ, а также классических и мультимедийных журналистских жанров;
* Выделить общие закономерности уже проведенных исследований, затрагивающих классификацию Интернет-СМИ;
* Проанализировать данные о выбранных страницах сайтов РИА «Новости», радио «Эхо Москвы» и «Радио Свобода» по жанрам и количеству просмотров;
* Определить тенденции по периодам «жизни» материалов;
* Рассчитать долю просмотров материалов по жанрам на единицу времени.
* Определить поведение посетителей в контексте жанровых предпочтениях по периодам.

**Гипотеза.** Специфические мультимедийные материалы, поданные в классической жанровой форме, в современных интернет-СМИ являются взаимодополняющими и имеют одинаковую популярность в период актуальности информационного повода. Однако в пост-событийный период динамика спада популярности мультимедийного контента значительно ниже, чем у традиционного.

Жанровые предпочтения потребителей информационных материалов зависят от актуальности информационного повода и отрезка «пост-событийного» времени.

**Методы исследования**. В курсовой работе применены основные универсальные методы познания: сбор, анализ и синтез информации, метод сравнительно анализа, обобщения.

**Теоретическая база исследования** состоит изанализа, в первую очередь, литературы в области журналистики (В.Л. Цивк «Введение в журналистику», «Московская хартия журналистов», О.Р. Лащук «Редактирование информационных сообщений. Учебное пособие для студентов», American Society of Newspaper Editors «Code of Ethics or Canons of Journalism»).

В области современной журналистики в эпоху Интернет были рассмотрены работы А.Амзина «Новостная интернет-журналистика», М.М. Лукиной «СМИ в пространстве Интернета», французского исследователя Марка Дезе (M. Deuze “The Web and Its Journalisms: Considering the consequences of different types of newsmedia online”) и испаснских исследователей Маркоса Паласиоса и Хавьера Диаса Носи (M.Palacios, J.D.Noci “Online Journalism: Research methods. A multidisciplinary approach in comparative perspective”). Хотелось бы отметить издания «Журналистика и конвергенция: Почему и как традиционные СМИ становятся конвергентными» под редакцией А.Г.Качкаевой и «Интернет-СМИ: Теория и практика» под редакцией М.М. Лукиной. Обе книги написаны группой авторов — исследователей и практиков Интернет-СМИ и материалы именно этих двух изданий лягут в основу ранжирования жанров на мультимедийные и классические в нашей первой главе. Кроме того, это единственные российские работы последних лет, комплексно охватывающие теорию и практику Интернет-СМИ, развитие новых жанров и проблемы современных медиа. Данные книги в работе будут упоминаться неоднократно.

Был проанализирован нормативно-правовый документ, регулирующий деятельность Интернет-СМИ — «Закон о средствах массовой информации». В одном из параграфов первой главы, где предпринимается попытка классификации Интернет-СМИ, были использованы работы социолога Гарольда Лассуэла (H.D. Lasswell “The structure and function of communication in society”), Марка Дезе (M. Deuze “The Web and Its Journalisms: Considering the consequences of different types of newsmedia online”), материалы информационно-аналитической системы «Медиалогия» и интернет-рейтингов Rambler топ 100 и Liveinternet.

**Эмпирическую базу исследования** составили 40 интернет-страниц РИА «Новости», расположенных по адресу [www.ria.ru](http://www.ria.ru) (или [www.rian.ru](http://www.rian.ru)), 65 интернет-страниц сайта радио «Эхо Москвы» по адресу [www.echo.msk.ru](http://www.echo.msk.ru) и 9 страниц сайта «Радио свобода» по адресу [www.svobodanews.ru](http://www.svobodanews.ru), их контент, а также статистические данные по этим страницами «Рейтинга Mail.ru». Анализ контента страниц и статистика, взятая с рейтинга, позволит проверить гипотезу исследования и определить дальнейшие шаги в разработке темы нашей магистерской диссертации.

**Научная новизна и теоретическая значимость исследования** заключаетсяв том, что в работе рассматриваются различные форматы подачи информации в Интернет-СМИ (как созданные на основе мультимедийных технологий, так и классические) разных по содержанию, форме собственности и формату ресурсов с точки зрения их популярности среди потребителей Интернет-СМИ в период социально-политической активности населения.

**Практической значимостью** работы является то, что обобщенный материал, использованный в работе, может быть использован в качестве основы для дальнейшей разработки темы в рамках кандидатской диссертации, где предполагается проведение расширенных экспертных интервью с экспертами. Кроме того, результаты исследования могут быть использованы представителями сетевых изданий для планирования освещения аналогичных общественно-политических тем на страницах своего издания для большей эффективности.

**Структура работы.** Магистерская диссертация состоит из 136 страниц, введения, двух глав, содержащих по несколько параграфов, заключения, списка литературы и 7 приложений.

**Глава 1. СМИ и мультимедиа.**

Термин мультимедиа начал употребляться в России еще со второй половины 1990-х гг., но частота его использования в журналистских кругах значительно увеличилась именно за последние 10 лет. Сейчас уже часто можно услышать в редакциях слова «мультимедийная статья», «мультимедийный контент», «мультимедийное Интернет-СМИ» и пр. Поэтому в первую очередь необходимо обозначить определения для таких терминов, как мультимедийность, контент, Интернет-СМИ и др.

* 1. **Мультимедиа и контент. Общие понятия и этапы развития**

Мультимедиа, если говорить об этимологии слова, в переводе с латинского означает «созданный из многих средств» (multum — много; media, medium — средоточие, средства)[[4]](#footnote-4). То есть конечный продукт, состоящий из нескольких разных продуктов. М.Лукина, кандидат филологических наук, приводит следующее определение для данной технологии:

Мультимедийность — принцип создания контента/информации с использованием нескольких технологических платформ — вербального текста, фотографии, аудио, видео, инфографики и т.д.[[5]](#footnote-5)

Таким образом, получается, что мультимедийность была свойственна СМИ еще задолго до того, как появился сам термин: когда в газетах кроме вербального текста начали размещать графику — карикатуры, рисунки; позднее, с появлением первых аппаратов, которые позволяли получить и зафиксировать неподвижные изображения объектов, — и фотоиллюстрации.

Первые мультимедийные СМИ в Рунете начали появляться еще в середине 1990-х на базе печатных СМИ. Первым же из них была «Учительская газета», которая была зарегистрирована по адресу [www.ug.ru](http://www.ug.ru) весной 1995 года.[[6]](#footnote-6) Эти сайты представляли собой зеркальное отражение продукции «основного» СМИ. То есть содержание журнала или газеты, которое обычно добавлялось на сайт без каких-либо изменений или дополнений. Функция интернет-редакции сужалось до функции технической обработки предоставленного контента и его добавления на сайт. Таким образом, мультимедийность в них выражалась содержанием только двух элементов: текста и фотоиллюстрации. Тогда как сегодня мы наблюдаем, как в одном материале могут присутствовать большая часть мультимедийных элементов одновременно — текст, иллюстрация, аудио, видео и инфографика.

Последний по времени этап развития мультимедийности СМИ, который продолжается и по сегодняшний день, наступил в начале 2000-х годов. На это могли повлиять несколько факторов, первые два из которых часто приводятся экспертами в качестве основных причин, приведших к мультимедиатизации СМИ.[[7]](#footnote-7)

Во-первых, редакции СМИ поняли, что интернет является особенной средой, где недостаточно публиковать точную онлайн-копию содержания утренней/вечерней газеты или загружать сюжет передачи, шедший в эфире ТВ накануне. Чтобы привлечь и удержать посетителя, необходимо было дать ему нечто большее, публикация или вещание которого не представляется возможным или целесообразным в рамках классических форматов СМИ, но возможно технологически и удобно для посетителя на Интернет-платформе.

Во-вторых, технические и программные преобразования в области Интернет, бурное развитие которых пришлось именно на период 2000-х годов, позволил упростить, облегчить и разнообразить содержание и передачу информации в сети. В частности, например, благодаря появлению и развитию флэш-технологий появилась динамичная инфографика. Также увеличились скорость и каналы передачи данных и значительно были улучшены процессы сжатия видео.

В-третьих, у большинства СМИ основным источником дохода является реклама, за размещение которой они получают плату от рекламодателя в обмен на предоставление доступа к своей аудитории. Стремительный рост количества пользователей Интернет, которое в России в 2000 г. уже составило 3,1 млн. человек (или 2,1% от населения)[[8]](#footnote-8) и все большее предпочтение потребления информации в глобальной сети также подстегнуло борьбу за внимание аудитории, для привлечения и удержания которого необходимо было выходить на более качественный уровень в сети. К тому же, по данным ФОМ, суточная численность интернет-пользователей Рунета уже на начало 201,3 г. составила 50,1 млн. человек, а ежемесячная уже достигла 64,4 млн. человек, то есть, проникновение Интернета на сегодня составляет или 55% от всего населения страны[[9]](#footnote-9), а уже к следующему 2014 г. предполагается, что их численность достигнет 80 млн. человек или 71% от населения.[[10]](#footnote-10) В добавок к этому, по данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), общий рынок интернет-рекламы за 2012 г. составил 56,3 млрд. рублей, что на 35% больше предыдущего года (в то время как рост всего рекламного рынка по отношению к 2011 г. 13%) и составляет почти 19% от общего рынка рекламы России (против 16% в 2011 г.).[[11]](#footnote-11) Данный рост оказался выше запланированного. Эксперты же агентства ZenithOptimedia прогнозируют увеличение его объема к 2014 г. до 90 млрд. рублей или 24% от общего объема рынка рекламы 2014 года.[[12]](#footnote-12) По мнению автора, данный фактор, как один из главных стимулов к «уходу» в сеть также не стоит исключать, а наоборот — рассматривать в качестве одного из приоритетных.

Необходимо также подчеркнуть, что Интернет-СМИ, помимо вышеперечисленных отличительных свойств в виде мультимедийного содержания и распространения посредством канала Интернет, в отличие от традиционных СМИ, свойственны также гипертекст (текст, состоящий из потенциально бесконечного множества текстов, объединенных системой встроенных гиперссылок, что позволяет с помощью внутренних и внешних ссылок просматривать его «вглубь»[[13]](#footnote-13)) и интерактивность (взаимонаправленная коммуникация СМИ и пользователей[[14]](#footnote-14)).

Таким образом, Интернет-СМИ — это род ресурсов в Интернете, выполняющих функции средства массовой информации… и технологии Интернета наделяют Интернет-СМИ специфическими признаками — мультимедийностью, интерактивностью, свойствами гипертекста.[[15]](#footnote-15)

Не все из вышеперечисленных признаков Интернет-СМИ были им свойственны с момента появления новостных сайтов. Кроме этих этапов развития новостных ресурсов с точки зрения мультимедийного контента, гипертекст и интерактивность стали правилом только по истечению времени.

«Оживление» СМИ в Интернете посредством построения мгновенной обратной связи посетителя с редакцией и другими читателями, когда они могут высказать свое мнение на тему материала и получить отклик, что и предполагает интерактивность, делают его более привлекательным для пользователя. В итоге, дискуссии повышают интерес к материалу, ссылкой на него делятся со своими друзьями и, соответственно, увеличивается количество читателей (просмотров страниц сайта), к чему стремится любое СМИ — как в оффлайне, так и в онлайне.

Гипертекст, в свою очередь, также способствует увеличению количества просмотров страниц сайта, когда внутри материала даются ссылки на предшествующие данному событию, чтобы читатель мог посредством просмотра «вглубь» создать полную картину тематики. Кроме внутренних ссылок часто размещаются и ссылки на внешние ресурсы. В данном случае СМИ указывает источник информации, на основе которой заявлены выделенные ссылкой данные. Это повышает доверие к ресурсу.

Еще одним видом использования гипертекста, который уже стал традиционным почти для всех Интернет-СМИ, является размещение в конце материала или непосредственно внутри него так называемых «Ссылок по теме», когда пользователю предлагается 3-5 материала на схожую тематику или контекст, состоящий из ссылок с информацией, предшествовавшей данному событию — то есть развитие темы.

В совокупности, все упомянутые ранее компоненты, собранные вокруг материалов отдельно взятых интернет-СМИ, и называют контентом. Дословно с английского контент (content) можно перевести как содержание, но в контексте онлайновых СМИ он охватывает несколько больше, чем просто содержание веб-страницы. Декан факультета журналистики МГУ Е.Л. Вартанова дает ему следующее определение:

Контент в медиаиндустрии рассматривается как любые данные — текст, звук, зрительные образы или комбинации мультимедийных данных, представленные в аналоговом или цифровом формате… Объем контента может быть выражен в единицах измерения количества информации (мегабайтах, гигабайтах).[[16]](#footnote-16)

Ранее профиль СМИ, в основном, определялся по содержанию только одного из видов средств коммуникации. В прессе, например, это текст (письменность), на основе чего она могла категоризоваться как общественно-политическая, развлекательная и т.д. В случае с современными СМИ, размещенными на платформе Интернет, определение тематики и категоризация должна идти на основе анализа всех видов контента — всех типов средств коммуникации, которые используются в медиа. Как правило, это и письменность, и речь, и картинка.

Возможно, в универсализации новых СМИ, где нет узкой специализации (пресса, радио, ТВ), и есть одна из главных сложностей для их современных сотрудников, но выраженное удобство для потребителя, который всегда может выбрать тот вид продукции, который ему удобнее и предпочтительнее. Не зря в последнее время все чаще обсуждается тот факт, что в партнерстве «СМИ–читатель» в системе новых медиа свои правила уже диктует последний.

* 1. **Мультимедийный контент современных Интернет-СМИ. Классические и ультимедийные жанры**

Как уже упоминалось выше, контенту интернет-СМИ в отличие от содержания классического СМИ не свойственно закрепление только за одним из типов средств коммуникации. Более того, в рамках отдельно взятого средства коммуникации одинаково могут развиваться различные жанры. Например, в рамках визуальной коммуникации также часто публикуется инфографика наряду с видео, а иллюстрация (фото, карикатура и пр.) давно уже стала обязательным элементом любого журналистского материала, предполагающий, в основном, текст.

Хотя основу любого материала, как и прежде, конечно же, составляет информация, сама новость. Форма ее подачи занимала ранее второстепенную роль. Но необходимо учитывать и тот фактор, что вместе с развитием технологий, увеличились возможности не только редакций, но и ее аудитории. Сегодня у нее огромный выбор ресурсов, предлагающих удовлетворить потребность в информации, и она пойдет туда, где форма материала подобрана исходя из его специфики и удобности потребления. Поэтому правильный выбор жанра и его «интересность» с точки зрения потребителя для мультимедийных новостных ресурсов стали тоже важной составляющей наряду с оперативностью и другими этическими требованиями современной журналистики.

Также необходимо подчеркнуть, что базовые классические жанры журналистики остались таковыми и для Интернет-СМИ. Более того на основе классических жанров по большей части и получают возможность развиваться новые мультимедийные формы подачи информации, благодаря появившимся новым технологическим платформам. Заметим, что даже до мультимедиатизации в СМИ каждый из классических жанров в «чистом» виде не так часто встречался. По утверждению профессора В.Л. Цвик, на «стыке» жанров сложные жизненные отношения, драматические коллизии нашего времени иногда лучше отражаются.[[17]](#footnote-17)

Наглядно объясняет суть и композицию современных мультимедийных жанров с использованием терминов атомно-молекулярной теории бывший заместитель главного редактора ФГУП РАМИ «РИА Новости», ныне первый заместитель генерального директора ЗАО «Аргументы и факты» по развитию цифрового направления и новым медиа Наталья Лосева:

Если фотографию условно назвать «инфоатомом», которая может быть самостоятельным элементом, то 3-5 фотографий, которые можно собрать в слайд-шоу, уже становятся «инфомолекулой». Причем также самодостаточной. Объединив «инфомолекулы» текста и слайд-шоу с «инфомолекулой» видеоиллюстрации и «молекулой» графики мы получим «тело» мультимедийного материала.[[18]](#footnote-18)

Ниже будет предпринята попытка перечислить наиболее распространенные мультимедийные жанры, условные «инфомолекулы», используемые сегодня в Интернет-СМИ.

**Информационная заметка** является классическим жанром в любом виде СМИ, в котором используется принцип «перевернутой пирамиды». Он предполагает, что распределение информации в новостном материале происходит в порядке убывания ее важности.[[19]](#footnote-19) Чаще всего заметка на новостном сайте сопровождается тематической фотоиллюстрацией и реже — видео или инфографикой. Главным отличием новостной заметки, размещенной в Интернет-СМИ и, например, в газете, если не учитывать временной фактор (в первом случае важная новость размещается сразу после поступления в редакцию, во втором, если речь идет о ежедневных газетах — только в утреннем выпуске), возможности просмотра новости «вглубь» (свойство гипертекста), комментирования со стороны читателя (интерактивность) и получения быстрого отклика.

**Репортаж**, являющийся одним из «старейшин» системы журналистских жанров, благодаря мультимедийным технологиям стал вновь актуальным. Репортажи в классическом понимании (текст + фотоиллюстрации) хотя и публикуются в онлайн-СМИ, в последнее время журналисты часто экспериментируют, используя различные элементы для построения материала. Так, в Интернет-СМИ основной текст кроме фото может сопровождаться и вложенными отрывками видео с места событий, аудио с комментарием ньюсмейкера или участника события и динамичной инфографикой. Но самым главным отличием данного жанра, которое может быть реализовано только на платформе Интернет, является возможность ведения онлайн-репортажа посредством социальных сетей. По другому это называют твиттер-репортажом, в котором корреспондент посредством написания коротких текстовых сообщений (до 140 символов) в корпоративной учетной записи СМИ в социальной сети Твиттер ведет его с места событий в режиме реального времени. В этом случае социальная сеть интегрируется в интерфейс страницы СМИ в виде небольшого блока с помощью специального приложения либо обеспечивается функция экспорта сообщений из аккаунта в социальной сети на страницу в СМИ. В виду того, что социальной сетью Твиттер уже сегодня пользуются около 580 млн. человек по всему миру[[20]](#footnote-20), из которых на Россию приходится 5 млн. пользователей (26% из них активные)[[21]](#footnote-21), новый жанр становится все популярнее.

**Авторский блог** также является одним из немногих жанров, который возник благодаря развитию Интернет-технологий. Появился он на стыке классической колонки и блог-постинга. К основным отличиям журналистского авторского блога можно отнести использование «живого» языка, отсутствие жесткой периодичности и открытость автора к обсуждению. Запись может быть незаконченным информационным сообщением или даже опубликована в виде одной реплики, вопроса или картинки. [[22]](#footnote-22)

**Статичная иллюстрация** является одной из наиболее часто используемых «инфомолекул» в мультимедийном материале. Ее функции остались такими же, каковыми были и в традиционных СМИ: раскрытие истории, выстраивание визуального ряда.

**Фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи** являются визуальными производными истории с помощью фотографии. Они могут быть построены по классическим правилам, как в традиционных СМИ, где каждая фотография последовательно «раскрывает» событие, или в виде смешанного набора фотографий, связанных какой-либо одной тематикой. Навигация может быть построена в виде последовательной смены иллюстраций или предложена в виде превью, где пользователь выбирает фотографию для просмотра произвольным образом. Также как и остальные «инфомолекулы», фотографии могут быть самодостаточным материалом со стандартными подписями (Что? Где? Когда?) или размещаться в «теле» мультимедийного материала. Во втором случае они могут быть представлены в единственном числе или представлены с функцией листания непосредственно в «теле» статьи.

**Слайд-шоу** похож на фотоленту. Главным образом отличается тем, что фотоподборка здесь «перелистывается» сама.

**Карикатура** в классическом понимании остается также распространенным видом иллюстрирования материала, как и в традиционных видах СМИ. Но, как и остальные элементы мультимедиа, обретает дополнительные свойства, такие как анимированность. В нее можно вложить действие, движение и звук.

**Подкаст** — новый термин, вошедший в обиход в последние два десятилетие. Английское слово Podcast состоит из двух частей: Pod — производное от iPod и Сast — от Broadcast (радио- или телевещание), и переводится, как цифровая запись радио- или телепрограмма, которую можно скачать из интернета.[[23]](#footnote-23)

**Аудиоиллюстрация** к материалу призвана передать часть сообщения, которая может нести в себе смысловую или эмоциональную нагрузку, в случаях, когда тон и экспрессия сказанного ньюсмейкером имеет не меньшее значение, чем сами слова.

**Аудиоверсия текста**, как следует из названия, воспроизводит текст статьи. Как правило, текст читается диктором и посему не может быть альтернативой радиопотоку, так как отсутствуют «живые голоса», «синхроны» и т.д. Стоит отметить, что некогда пользовавшийся популярностью мультимедийный элемент, сейчас используется уже реже.

**Аудиосюжет** можно назвать производным от классического радиосюжета, так как помимо голоса диктора содержит «живые» голоса, интершумы и пр.

**Видеоиллюстрация** выполняет аналогичные классической фотоиллюстрации функции и редко имеет законченный сюжет. Фрагмент видео традиционно имеет отношение к определенной части текста или мультимедийного материала.

**Видеосюжет** в свою очередь уже является законченным сообщением с завязкой, кульминацией и развязкой и может быть самодостаточным материалом или размещен в «составе» мультимедийного материала.

**Потоковое видео с места событий** является, в сущности, привычным прямым эфиром с места событий. Только в отличие от телевидения Интернет-СМИ может предложить сразу несколько потоков одновременно с места события.

**Видеоколонка, видеоочерк, видеокомментарий** — все перечисленные жанры пришли в сеть из телевидения. Чаще других в составе мультимедийного материала встречается видеокомментарий, в котором эксперт или ньюсмейкер высказываются на тему материала.

**Аудиослайдшоу** называют одним из самых простых способов синтеза звука и картинки. Основой ему служит история, которая может быть начитана автором или диктором, музыка или интершум. Визуальный ряд может состоять из фотографий, инфографики, карикатур, карт и т.д.

**Интерактивная видеоколонка и интерактивный видеосюжет** являются развитием интернет-версии видеоколонки, описанной выше. Мультимедийной «лептой» интернет является наличие многочисленных ссылок, которые появляются по ходу просмотра видео, и отсылающих (в виде баннера или гиперссылки) пользователя к дополнительной информации по теме — это может быть видеосюжет, инфографика, справка, фотолента и пр. Данную концепцию эксперты считают незаконченной и предрекают ей дальнейшее развитие со временем появления новых технологических возможностей.[[24]](#footnote-24)

**Интерактивный видеомост** является продолжением телевизионного жанра с добавлением, помимо режима виедоконференции, возможности участия в нем и другими доступными средствами, например, написанием комментариев.

**Мультимедийное ток-шоу** также как и телевизионное ток-шоу ведут на определенную тематику один или несколько ведущих и имеются герои. Мультимедийными отличиями данного жанра являются интерактивность и технология мультиэкрана, что невозможно на ТВ. Он также подразумевает три части или этапа — доэфирный, прямой эфир, послеэфирный. На первом этапа заявляется тема для «разогрева» аудитории и предоставления возможности задать вопрос. На этапе прямого эфира транслируется непосредственно само ток-шоу. На заключительном этапе материал конвертируется в наиболее подходящий формат (мультискрипт, мультимедийная статья и пр.) и публикуется на сайте.

**Мультискрипт** (англ. Interactive Video – интерактивное видео) можно сравнить с «Картой сайта», которая имеется у большинства онлайн-ресурсов, главным предназначением которого является упрощение навигации в рамках одного большого видеоматериала. Как правило, он состоит из трех блоков — проигрывателя, стенограммы и содержания. Так, например, он устроен на сайте «РИА Новости».[[25]](#footnote-25) С помощью блоков стенограммы и содержания пользователь может быстро и с высокой точностью найти интересующий его фрагмент видео. После выбора и начала проигрывания фрагмента в плеере в других блоках отражаются соответствующие фрагменты заголовка тематического блока и стенограммы.

**Инфографика** объединяет слова и иллюстрации с целью представления идей и информации в тех случаях, когда это невозможно сделать с помощью только текста или иллюстрации в отдельности. Идеальная инфографика помогает читателю понять и («представить») информацию. Она дает проникнуть в суть темы. Так объясняет суть графической журналистики (как еще ее называют в Европе), которая на сегодня является одним из наиболее перспективных мультимедийных форматов подачи информации, профессор Джеймс Стовалл.[[26]](#footnote-26)

Инфографика обеспечивает несколько уровней «погружения». В некоторых случаях с ее помощью воссоздаются почти документальные картины. Ее ценность состоит не только в ее визуальной составляющей, но и в большой концентрации информации в рамках ограниченного «поля».

Испанские исследователи Маркос Паласиос и Хавьер Диас Носи по типологии разделяют инфографику на две группы: энциклопедическую, которая охватывает универсальные темы (например, строение тела человека) и журналистскую, являющуюся более специфичной и используемую в описании таких явлений, как, например, катастрофы, выборы и т.д.[[27]](#footnote-27)

Ниже, не вдаваясь в категоризацию каждого из видов инфографики по вышеизложенным двум группам, перечислим имеющиеся на сегодня их формы для получения общего представления:

* Статичная инфографика — карты, схемы, диаграммы и пр.
* Простая динамичная инфографика — продолжение развития статичной, отличительным свойством которой является наличие интерактивных элементов (видео, аудиокомментария, слайд-шоу).
* Оперативная 3D-реконструкция — создается на основе технологии 3D. Темой обычно служат крупные происшествия: крушения самолетов, техногенные катастрофы. Задача — реконструкция события и его изображение максимально близкое к реальности. Требования — точность сбора и анализа данных.
* Сложная статичная схема — занимает большое пространство, состоит из множества иллюстрированных и 3D объектов.
* Flash-заметка — состоит из текста, фотографий, видео и пр. Составляется редактором, в отличие от других видов инфоргафики.

Именно упомянутые выше жанры чаще всего используются в современных Интернет-СМИ при создании контента для своего онлайн-ресурса. Некоторые из них уже используются реже, а другие наоборот — видоизменяются и усовершенствуются, порождая тем самым новые синтетические жанры.

Как мы упоминали ранее во Введении данной работы, установленного ранжирования жанров на классические, мультимедийные и синтетические на сегодня нет. Данная работа требует широкого исследования. В качестве точки опоры в этом деле в нашем исследовании взяты работы Натальи Лосевой. Но стоит еще раз привести список именно тех жанров, которые встречаются во второй главе диссертации, и ранжировать их так, как мы это используем в последующем.

Единственно классическим жанром у нас обозначена информационная заметка, так как она единственная из всех присутствующих в выборке больше близка к классическим журналистским жанром по своему строению и содержанию.

Мультимедийными же жанрами, присутствующими в нашей выборке стали следующие: мультимедийный онлайн-репортаж, онлайн-видеотрансляция, видео-сюжет, аудио-сюжет, интервью, фотолента, инфографика, сюжет, викторина и блог.

Некоторые из названий хотя и являются классическими, но по содержанию, если говорить о материалах в этих жанрах на платформе Интернет, они давно уже перетекли из категории «Классические» в «Мультимедийные». Кроме того, может возникнуть вопрос, почему сюжет, не являющийся самодостаточным информационным материалом, сборкой ленты материалов на определенную единую тематику, попадает в нашу выборку. По мнению автора, будучи лентой новостей, выстроенной на одну интересующую нас тему в хронологическом порядке (убывания), сюжет кроме заголовков имеет и лид под ними, что дает по сути необходимое представления о материале в целом (информационно наполнен). Поэтому, листая сам сюжет с поздних к ранним материалам, можно построить картину событий и получит общее представление о произошедшем. Кроме того, сюжет также отвечает всем остальным критериям, по которым были отобраны другие материалы выборки для нашего исследования с трех ресурсов.

* 1. **Виды мультимедийных Интернет-СМИ**

На начало июня 2013 года в категории «СМИ» по данным различных рейтинговых ресурсов функционируют от 5383[[28]](#footnote-28) до 5565[[29]](#footnote-29) интернет-ресурсов, зарегистрированных в глобальной сети Интернет. Каждый из этих рейтингов, претендуя на объективность, имеет разный подход к категоризации СМИ в сети. При этом, например, рейтинг Liveinternet не подразумевает никакой дополнительной категоризации Интернет-СМИ помимо заглавной «Новости и СМИ», в которую включаются все их виды. «Rambler топ 100», напротив, разделяет их: «Аналитика, обзоры», «Блоги», «Газеты, журналы», «Информационные агентства», «Радио» и «Телевидение». Как видно из названий рубрик, данное разделение больше является условным, не имея объективных критериев на такое разделение, кроме как самоидентификации медиа со стороны ее руководства/создателей.

Например, сайт Центразия[[30]](#footnote-30), в основном, собирающий и публикующий материалы, взятые с других ресурсов на основе определенной тематической выборки (новости центрально-азиатского региона), вряд ли можно отнести к категории «Информационные агентства» — он больше подходит под определение обзора (других СМИ на наличие материалов по теме Центральной Азии).[[31]](#footnote-31) Или, например, сайт «1000 идей» также находится в категории «Информационные агентства», тогда как его создатели сами его позиционируют, как крупнейшую в Рунете коллекцию авторских обзоров. [[32]](#footnote-32)

По данным информационно-аналитической системы «Медиалогия» в российском Интернете присутствуют 5762 СМИ[[33]](#footnote-33), которые компания также разделяет по виду классических «платформ», на которой отдельно взятые СМИ «вещают»: газеты, журналы, ТВ-каналы, радиостанции и отдельно — Интернет-ресурсы.

С начала 2011 года и само понятие Интернет-СМИ было закреплено законодательно. Изменениями в закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» был введен термин «сетевое издание».[[34]](#footnote-34) Стоит заметить, что эти изменения никакой ясности для возможной типологии и классификации интернет-СМИ не вносит, так как единственным изменениям, определяющим СМИ как сетевое и вообще их признание таковыми, было введение корректирующих признаков СМИ в целом. Например, признак периодичности дополняется «периодичностью обновления», свойственным СМИ на платформе Интернет. Кроме того, закон не предусматривает обязательную регистрацию ресурса как СМИ, оставляя ее добровольной.[[35]](#footnote-35)

Еще одним классическим и универсальным определением типа СМИ на сегодня остается формула, используемая для рассмотрения всех видов социальных коммуникаций и предложенная американским обществоведом Гарольдом Лассуэллом еще в середине XX века.[[36]](#footnote-36) Возможно, она более близка к Интернету, если учитывать тот фактор, что Интернет как раз и является той средой, которая объединяет разные типы коммуникации. Предложенный подход позволяет определить СМИ на основе полученных ответов на пять базовых вопросов:

1. **Кто говорит?** Или по-другому — коммуникатор. В среде Интернет, как, в общем, во всех других СМИ им является журналист или группа журналистов — редакция и т.д. Говоря журналист или редакция, мы чаще подразумеваем юридически зарегистрированную группу. Но, как уже говорилось ранее, в среде глобальной сети даже законодательство оставляет официальную регистрацию Интернет-СМИ на совесть их создателей. И в контексте данного подхода это является ключевым отличием Интернет-СМИ от других. Хотя стоит учитывать, что, будучи незарегистрированным, Интернет-СМИ вряд ли смогут аккредитовать своего представителя на официальные мероприятия, но сегодня это может компенсироваться использованием в качестве источника другие СМИ.
2. **Что говорит?** Содержание СМИ в целом всегда адресовано неопределенному кругу лиц. Канал Интернет в свою очередь стирает и последнюю возможность соотнесения аудитории хоть с какой-либо группой, которая есть у классических СМИ (определение территориальной, демографической, социальной групп аудитории). Но общий принцип этого содержания вне зависимости от характеристик аудитории или платформы СМИ можно сложить из двух известных правил. Первое из них, принятое почти 100 лет назад Американским обществом редакторов газет и названное «Канонами журналистики», гласит: «сообщать человечеству о том, что люди делают, чувствуют и думают».[[37]](#footnote-37) Второе, принятое в 1994 году, декларация «Московская хартия журналистов», гласит: «Журналист распространяет, комментирует и критикует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен».[[38]](#footnote-38) Если первое правило обязует освещать насущные проблемы жизни граждан, то второе, дополняя, обязует придерживаться документального освещения этих проблем. Этот принцип свойственен и онлайн-СМИ. Главным же отличием является не только многотемность и разнообразие видов информации Интернет-СМИ, но и количество, и объем предоставляемой информации, которые не ограничены ничем, когда как традиционные СМИ ограничены временем (ТВ и радио), или количеством полос (газеты и журналы).
3. **По какому каналу?** Традиционными характеристиками канала СМИ являются периодичность обновления. Интернет-СМИ по своей специфике отличаются тем, что на их страницах обновление может происходить в режиме реального времени. Если в случае с классическими СМИ периодичность заявляется, то Интернет-СМИ никакой информации по данному поводу не дают. Также стоит учитывать и доступность каналов, а именно то, что Интернет-СМИ чаще всего находится в открытом доступе и ограничивается только возможностями доступа к техническим средствам – компьютеру и сети Интернет. Хотя сегодня это уже представляет все меньшую проблему. Как заявил министр связи и массовых коммуникаций, в 2013 году в России оснащенность населения компьютерами уже составит 62,4%[[39]](#footnote-39), а количество пользователей Интернет в 2014 году достигнет 71%[[40]](#footnote-40) от общего количества населения.

Еще одной главной характеристикой Интернет является возможность построения связи в двунаправленном режиме (субъект-субъектная коммуникация), где устанавливается постоянная обратная связь с аудиторией и она привлекается в информационный обмен. Еще одним достоинством этого канала является и то, что потреблять информацию можно где угодно и когда угодно и, что немаловажно, на каком угодно техническом устройстве: компьютер, планшет, мобильный телефон и пр. (можно вернуться и продолжить с того места, где был прерван просмотр). Таким образом, можем предположить, что этот канал индивидуализируется (если учитывать, что раньше это было привилегией корпоративной), тем самым приводя к индивидуальному приему информации, то есть аудитория сама выстраивает свои отношения со СМИ и сама отбирает ту информацию, которая ей интересна.

1. **Кому говорит?** Говоря об аудитории Интернет-СМИ, мы можем выделить, что она численно большая, рассредоточенная, анонимная, открытая по составу и гетерогенная.[[41]](#footnote-41) Установление ее количества в профессиональных кругах обсуждается давно. Например, печатным изданиям для признания их таковыми установлен минимальный тираж в 1000 экземпляров. А Интернет-СМИ, если посетителей даже менее 10 человек, не отменяет его соотнесение со СМИ по природе его контента, предоставленного в открытом доступе. Количество же посетителей скорее говорит об успешности ведения дела, умении завлечь читателя.
2. **С каким эффектом?** Так как Г.Лассуэлл при разработке изучаемой формулы руководствовался не изучением СМИ в частности, а коммуникациями в целом, в данном контексте имеется в виду результат или эффект от распространения одного сообщения. И так как эффективность деятельности СМИ изучается несколько масштабными рамками, следует рассмотреть социальные функции СМИ (которые практически идентичны и для сетевых СМИ) и их результаты для измерения результатов. Эксперты выделяют следующие из них:
* поведенческие, познавательные (когнитивные), эмоционально-оценочные;
* позитивные и негативные с точки зрения целей инициатора и участников коммуникации;
* на уровне личности, группы, общества в целом (социетальные);
* в разных видах жизнедеятельности участников коммуникации: работа, быт, досуг, семья и т.п.[[42]](#footnote-42)

Интернет-СМИ выполняют функции, присущие СМИ в целом, но, имея свою специфику, могут сужать или расширять выполнение каждой и, соответственно, приводить к различным результатам по эффекту и масштабу.

Таким образом, исходя из формулы Г.Лассуэлла, интернет-СМИ, которые являются частью массовых коммуникаций (как и традиционные СМИ), свойственны признаки, относящиеся к разным элементам этой коммуникации, а именно:

* Коммуникатором выступает профессионал (журналист) в составе корпорации;
* Содержание издания состоит из материалов, посвященных социуму и для него, многотемных и многожанровых;
* Каналу свойственна определенная периодичность выпуска информации, доступность, возможность потребления в любые время и месте, индивидуализированность контента, двусторонний режим коммуникации;
* Аудитория имеет все характеристики массы;
* Эффекты (социальные) от их деятельности могут проявляться не только в однократном акте коммуникации, но и в результате деятельности за определенный период. Социальные функции СМИ становятся возможны благодаря способности охватить большую рассредоточенную аудиторию, что ведет к интеграции социальных общностей.

Как мы видим, исходя из вышеуказанных примеров типологии Интернет-СМИ, их категоризация по типам во всемирной сети пока не имеет стандартизированного подхода, хотя специалисты, как на государственном, так и на отраслевом уровне пытаются упорядочить их.

Одним из таких экспертов медиа-отрасли является исследователь интернет-журналистики Марк Дезе (Mark Deuze), который делит типы СМИ в сети на четыре группы и приводит следующее критерии их категоризации, которые, по мнению автора, более близки, так как их разделение по категориям ведется не только по контенту, но и уровню производства/перепроизводства информации.

М.Дезе уверен, что в силу своих целевых функций, отвечающим требованиям, предъявляемым демократией к СМИ, которая должна информировать граждан и способствовать их свободам и самоуправлению, к профессиональной журналистике могут быть причислены следующие виды интернет-ресурсов:[[43]](#footnote-43)

1. Mainstream News Sites — сайты, в основном, предлагающие новости в виде готовой редакторской выборки (создание повестки дня) и с ограниченными возможностями для размещения UGC-контента и/или обратной связи. Это самая распространенная форма новостных онлайн-ресурсов, в свою очередь, делящихся по виду контента на две подгруппы, где он может быть авторским или сгенерированным (примером для первой подгруппы могут быть CNN, BBC, MSNBC, РИА «Новости»).
2. Index and Category Sites — Сайты, которые не производят собственный контент, а предлагают пользователю индексированный и классифицированный контент по категориям, который в свою очередь ведет к внешним информационным ресурсам в виде ссылки на полную версию новости. Примеры сайтов этой группы Yahoo, Яндекс.Новости, Inopressa.ru.
3. Meta- and Comment Sites — сайты, тематика которых полностью посвящена только медиа и журналистике, которые могут быть больше охарактеризованы как экспертные.
4. Share and Discussion Sites — Данные ресурсы, как следует из названия, предназначены для обмена и обсуждения информации. К данному роду ресурсов можно отнести блоги, а также такие как CGM-ресурсы, как Wikipedia или Youtube.

Как видно из представленных выше возможностей классификации Интернет-СМИ и его признания таковыми, подходы в каждом из направлений различаются и не являются обязательными к применению. Поэтому мы попытались скомпилирать общие характеристики типов Интернет-СМИ, на примере которых проведено исследование во второй главе, исходя из всех вышеупомянутых возможных типологий.

Так, Интернет-СМИ является официально зарегистрированным в профильном государственном ведомстве сетевым изданием и имеет открытый доступ (бесплатный) с возможностью доступа к ресурсу, откуда угодно и когда угодно. Оно участвуют в рейтинговых системах Рунета (Liveinternet, Rambler топ 100 и пр.) в категории СМИ, имеет регулярную периодичность обновления контента, производимого группой профессиональных журналистов, и подготавливаемого с учетом принципов, изложенных в международных и локальных этических кодексах. Ему характерны элементы интерактивности. Его аудитория является численно большой, рассредоточенной, анонимной, открытой по составу и гетерогенной. Она создает повестку дня, являясь представителем Mainstream News Sites по Марку Дезе.

С учетом изложенных в первой главе определений для мультимедийного контента в Интернет-СМИ, в следующей части исследования был проанализирован контент сайтов РИА «Новости», «Радио свобода» и радио «Эхо Москвы» в рамках которого были рассмотрены наиболее популярные страницы отведенного периода, что представляется важным для анализа эмпирической части нашей работы.

**Глава 2. Анализ контента сайтов РИА «Новости», «Радио Свобода» и радио «Эхо Москвы» через призму жанровых предпочтений пользователей ресурса**

При выборке материалов с сайтов РИА «Новости», «Радио Свобода» и радио «Эхо Москвы» для исследования были соблюдены следующие критерии:

* Информация была опубликована на сайте [www.rian.ru](http://www.rian.ru) ([www.ria.ru](http://www.ria.ru)), [www.svobodanews.ru](http://www.svobodanews.ru) или [www.echo.msk.ru](http://www.echo.msk.ru);
* Материал посвящен или имеет отношение к акциям, которые проводились сторонниками оппозиции и власти 6 мая 2012 года;
* Набрали минимум 1000 просмотров на 23:59 (в течение суток) 6 мая 2012 года;
* Дата публикации материалов 6 мая 2012 года.

Анализ данных производился исходя из статистики, представленной на страницах «Рейтиинга Mail.ru».

В процессе изучения страниц ресурсов, опубликованных 6 мая, было отобрано 40 материалов с сайта РИА Новости, 9 – с сайта «Радио Свобода» и 65 – с сайта радио «Эхо Москвы» которые были классифицированы согласно указанному в первой главе классификатору.

В случае с РИА Новости и «Эхо Москвы» больше половины материалов составили информационные заметки — их количество в выборке первого составило 23 из 40, а второго 37 из 65. С сайта «Радио Свобода» только одна информационная заметка попала в выборку.

Мультимедийные жанры, в составе которых основной акцент делается на визуальный ряд и которые набрали более 1000 просмотров за установленный период времени представлены несколькими видами. Каждый ресурс представлен по одному мультимедийным репортажем. Кроме того, с сайта «Эхо Москвы» в исследование попало три прямых видеотрансляции, чего не оказалось у двух других ресурсов.

У сайта «Радио Свобода» прямая видеотрансляция велась на странице мультимедийного репортажа, а у РИА Новости она вовсе отсутствовала. Компенсировалось это ресурсами двумя видеосюжетами и одной фотолентой – у первого и пятью видеосюжетами (РИА ТВ) и пятью фотолентами у второго. Говоря о последнем, стоит заметить, что только две фотоленты созданы из продукции самого агентства, а три остальные сверстаны из присланных пользователями фотографий – пользовательского (UGC) контента, состоящего из сделанных на мероприятии фотографий, которые присылали пользователи сайта РИА Новости, участники проекта «Ты — репортер», разновидности CGM (Consumer Generated Media) – медиа, контент которого создается его пользователями (термин, введенный впервые в 2000 году Питером Блэкшоу[[44]](#footnote-44)). Кроме того, на сайте РИА Новости в этот день была опубликована и викторина, получившая более тысячи просмотров.

Что касается сайта «Эхо Москвы», то мультимедийный контент у него оказался более разнообразным. Так, на сайте также присутствовали видеосюжеты (три из них попали в выборку), фотоленты (пять в выборке). Стоит заметить, что все фотоленты сайта заимствованы у других ресурсов (блоги). Еще одной отличительной «мультимедийной» чертой этого ресурса оказалась популярность аудио. Их в выборку попало два.

Кроме того, оказалось, что радийные сайты несколько отличаются от агентского предпочтениями их читателей в плане выбора материалов. Так, почти половина материалов, попавших с сайта «Радио Свобода» (4 из 9), интервью, часть из которых имеет аудиоверсию (запись с эфира). Интервью попали в выборку и с сайта «Эха Москвы» – их оказалось два.

Далее выделились два уникальных жанровых предложения сайтов РИА Новости и «Эха Москвы».

Так, более 1000 просмотров набрали 4 страницы с инфографикой на сайте РИА Новости, что полностью отсутствует на радийных сайтах. А также с сайта агентства в исследование вошел один сюжет под заголовком «Массовые акции в Москве 6 мая 2012 года», который состоит из собранных анонсов всех материалов, касающихся данной темы. С других исследуемых ресурсов сюжетов в выборке не оказалось.

С сайта же радио «Эхо Москвы» в выборке появился такой жанр, как «Блог». Это является своеобразной «фишкой» данного СМИ, которую руководители радио обещали выделить в отдельный проект, который должна была возглавить Наргис Асадова, еще в прошлом году. В данном разделе редакция публикует записи с блогов и аккаунтов в социальных сетях ньюсмейкеров. Данный жанр оказался вторым по популярности среди аудитории СМИ – их в нашей выборке оказалось 12.

Распределение количества материалов по жанрам показано на диаграмме №1, 2, 3.

Диаграмма 1. Общее количество материалов с сайта РИА Новости, используемых в исследовании, ранжированные по жанрам.

Диаграмма 2. Общее количество материалов с сайта радио «Эхо Москвы», используемых в исследовании, ранжированные по жанрам.

Диаграмма 3. Общее количество материалов с сайта «Радио Свобода», используемых в исследовании, ранжированные по жанрам.

В общей сложности в исследование попали 114 материалов с трех ресурсов, больше половины которых составляют информационный заметки (61). Также стоит заметить, что больше всего материалами представлен сайт радио «Эхо Москвы».

Диаграмма 4. Общее количество материалов со всех ресурсов, используемых в исследовании, ранжированные по жанрам.

* 1. **Контент Интернет-СМИ в период актуальности информационного повода**
		1. **РИА Новости (www.ria.ru)**

6 мая пользователями ресурса РИА «Новости» [www.ria.ru](http://www.ria.ru) было посещено 27629 страниц. Общее количество просмотров составило 1391655, из которых 321357 приходится на 40 материалов, отобранных для исследования, что, в свою очередь, составляет 23,09% от общего количества просмотров страниц сайта за это день.

Диаграмма 5. Количество просмотров материалов сайта РИА новости по жанрам за период 06.05.2012

Как показано на диаграмме №5, треть всех просмотров исследуемых страниц приходятся на информационные заметки, преобладающих также и по количеству в нашей выборке. Основным фактором, влияющим на преобладание обычной новости над другими материалами, является быстрота в производстве. Любая новость в первую очередь, в случаях, когда является важной, предается в виде молнии (одного предложения до 150 символов), которая перетекает в срочную информационную заметку — она позволяет наиболее оперативно передать необходимую новость, так как состоит из заголовка, лида и контекста (цитаты, если имеется). Материалов, относящихся к этому виду информационных заметок, в выборке шесть. Следом за срочной информационной заметкой следует обычная информационная заметка (публикуются в течение 10-20 минут после срочной), в которую включаются новые дополнения вроде бэкграунда. Их в выборку попало 10. Остальные материалы данного жанра являются обобщениями, где собраны все данные, относящиеся к одной тематике, и передают полную и законченную картину новости.

По количеству просмотров после информационной заметки следуют фотоленты. Стоит подчеркнуть, что здесь имеется некоторая техническая специфика. Сайт [www.ria.ru](http://www.ria.ru) сверстан с использованием языка XHTML. Хотя ресурс и использует технологии JavaScript, Flash и Silver Light, которые позволяют просматривать фотоленты и прочие схожие материалы в одном окне, каждой фотографии фотоленты на ресурсе РИА «Новости» отведена была отдельная страница с отдельным адресом. В результате один материал фотоленты, состоящей из 14 фотографий, фактически размещен на 14 страницах, и нажимая на определенный номер фотографии, пользователь попадает на другую страницу, хотя это происходит практически незаметно (благодаря «легкости» страниц). Таким образом, большое количество просмотров данного вида материалов обуславливается и тем, что просмотр каждой фотографии ленты добавляется в статистику как отдельный. Стоит заметить, что в новой версии сайта, запущенной уже в 2013 году, данная функция устранена и сейчас фотолента просматривается в пределах одной html-страницы.

По существу, можно сказать, что количество просмотров страниц фотолент больше, чем заметок, так как 22,5% занимают материалы, созданные из фотографий сотрудников РИА Новости, которые и называются фотолентами, так как созданы из продукции, сделанной профессионалами. Но к ним можно прибавить еще и 11,8%, которые получили фотоленты, созданные из фотографий, присланных потребителями ресурса. Они по своей жанровой составляющей относятся именно к этой категории, но отличаются «производителем». В итоге мы получим 34,3%. В данной же классификации UGC стоит на четвертом месте с общим количеством просмотров 37916.

Между фотолентой и UGC расположился жанр мультимедийного репортажа. Как показывают полученные данные, он оказался наиболее эффективным среди рассматриваемых жанров на день события. Состоя только из одного материала, страница получила более 45000 посещений, что составляет почти 15% от просмотра всех материалов выборки. Если говорить о просмотре всех страниц ресурса за день, то просмотры этого конкретного материала составили 3,36%, тогда как в статистике этого дня числятся более 27000 просмотренных страниц.

Репортаж состоит из большинства возможных мультимедийных элементов — фотографий, фотолент, инфографики, видеосюжетов. Кроме того, использована стилистика коротких сообщений на подобие того, что используются в твиттер-репортаже. В этом случае ограничение в 140 символов отсутствует. Главным образом соблюдено правило оперативного освещения темы с места события. Сообщения поступали на страницу с интервалом от 1 до 10 минут (чаще 2-3 минуты). «Ведение» репортажа началось в 15:10 (начало шествия было назначено на 16:00), а последнее сообщение поступило в 21:03, через 2 часа после официального завершения митинга, где уже говорилось о последствиях мероприятия (информация из ОВД). Данный подход является главной и отличительной чертой в противовес репортажам в других — классических — СМИ: представление хронологии события в режиме реального времени в виде коротких описаний происходящего. Все мультимедийные «инфомолекулы» размещены равномерно, с учетом постепенной развязки сюжета.

5 видеосюжетов продолжительностью от 36 сек. до 2,33 минуты собрали в общей сложности более 25000 просмотров, что составляет почти 2% от общего количество просмотров всех страниц ресурса или 8,15% от выборки. Стоит учесть и то, что первый видеосюжет появился на сайте только в 17:16, а остальные 4 были опубликованы в интервале с 19:20 до 20:59. То есть, данное количество просмотров было получено менее чем за 7 часов, тогда как первые информационные заметки и другие материалы начали публиковаться, начиная с 15:00.

Чуть больше 20000 просмотров набрала инфографика, представленная 4 материалами, три из которых являются статичными иллюстрациями (две из них на основе карты: ограничение движения во время акции и маршрут «Марша миллионов») и только одна является анимацией, показывающая, сколько человек может вместить место проведения акции. Анимация является интерактивной, так как предполагает участие пользователя в «подсчете»: человек сам определяет плотность толпы на отдельной территории с помощью передвижения «бегунков», во время чего автоматически рассчитывается предполагаемое количество участников на квадратный метр и их общее число.

По критерию более 1000 просмотров в выборку также попала страница сюжета «Массовые акции в Москве 6 мая 2012 года», так как ее посетили почти 10000 раз, что составило 0,71% просмотров от общего количества посещений всех страниц ресурса на этот день. Сюжет темы построен в виде набора материалов, состоящих из заголовка и краткого анонса, расположенных в хронологическом порядке убывания. Имеются две возможности перехода на страницу сюжета: с главной страницы сайта, где регулярно публикуются 6 актуальных сюжетов дня; и с материала, который относится к теме сюжета (ссылка ставится под заголовком) и входит в его состав или имеет схожую тематику (пересекающуюся), но не входит в его состав (в этом случае ссылка ставится в блок контекста).

Наименьшее количество просмотров на день публикации из отобранных материалов набрала викторина. Она состоит из вопросов в виде теста с четырьмя вариантами ответов. Хотя четкой связи с акциями 6 мая в описании, которая гласит, что она «о мировоззрении Петра Аркадьевича Столыпина», указано не было, признание автора цитат викторины, как главного реформатора России начала XX века, и само содержание вопросов, несколько соприкасающихся с сутью прошедших мероприятий, главные действующие лица которого также призывают к изменениям, стали основными аргументами для принятия решения о включении этого материала в выборку. Викторина на 6 мая 2012 года набрала 1249 просмотров.

* + 1. **Радио Свобода (www.svobodanews.ru)**

В период актуализации информационного повода читателями сайта «Радио свобода» [www.svobodanews.ru](http://www.svobodanews.ru) было посещено 2993 страниц, общее количество просмотров которых составило 521653 — из них 235 748 приходится на 9 материалов, отобранных для исследования, что, в свою очередь, составляет почти половину от общего количества просмотров страниц сайта (45,19%).

Как показано на диаграмме №6, три четверти всех просмотров страниц, попавших в выборку, приходятся на единственный мультимедийный репортаж. Помимо привычных текстовых сопровождений в данном случае присутствовала и прямая видеотрансляция, организованная собственными силами редакции интернет-редакции радио. В «теле» репортажа равномерно были распределены по мере поступления контента и развития событий фотоленты и видеоиллюстрации. Кроме того, в «тело» репортажа был включен блок с твиттер-репотажем, который редакция также вела. В нем собирались посты не только собственных корреспондентов, но и активных участников «Марша». Что касается текста, то кроме собственной информации, в него включены оперативные сообщения информагентств. Ведение репортажа началось в 15:15 и закончилось 22:27 сообщением о том, что одного из лидеров «Марша миллионов» Бориса Немцова увезли в суд.

Диаграмма 6. Количество просмотров материалов сайта «Радио Свобода» по жанрам за период 06.05.2012

Вторым по популярности жанром по количеству просмотров на сайте «Радио Свобода» в этот день оказалась информационная заметка, собравшая 15,42% или 36351 от всех просмотров. Подчеркнем, что жанр информационной заметки, отвечающий всем критериям выборки, тоже представлен только одним материалом. Большое количество просмотров объясняется эксклюзивностью, так новость создана из телефонного разговора корреспондента «Радио Свобода» с Сергеем Удальцовым, находившемся на тот момент уже в ОВД «Якиманка».

Далее следует жанр интервью, собравший 15954 просмотров или 6,77%. Это самый многочисленный по количеству жанр, представленный в выборке материалов «Радио Свобода». Также добавим, что зачастую эти интервью являются расшифровкой радийного эфира. Соответственно, аудио-версии материалов также прикреплены к статьям.

Наименьшее количество просмотров в случае с «Радио Свобода» собрали видеосюжеты, которые представлены двумя материалами (7022 просмотра или 2,98%) и фотоленты, представленная одной страницей (4240 просмотров или 1,8%).

* + 1. **Радио «Эхо Москвы» (www.echo.msk.ru)**

За сутки 6 мая посетители сайта радио «Эхо Москвы» [www.echo.msk.ru](http://www.echo.msk.ru) посетили 15017 страниц и просмотрели их 2 846 645 раз. 769 722 их этих просмотров приходится на 65 материалов, попавших в нашу выборку, что, в свою очередь, составляет чуть больше четверти от общего количества просмотров страниц сайта (27,04%).

Чуть больше трети всех просмотров материалов выборки набрал жанр информационной заметки. На ее долю приходится 275 824 просмотров или 35,83%, как показано на диаграмме №7. Данный жанр, как уже было написано выше, преобладает и по количеству представленных в выборке – 37 из 65. То есть, составляет больше половины всех исследуемых материалов ресурса. Примечательно, что абсолютное большинство этих материалов (30 из 37) не иллюстрируется фотографией, но все, кроме двух, новостей имеют аудиоиллюстрации – выпуск эфира, содержащая эту новость. Кроме того, большая часть информационных заметок, являются короткими, состоящими из нескольких предложений – от 2 до 5-6. Доля 37 новостей в статистике всего сайта почти 10%.

ента (UGC), так как он заимствован у других пользователей.

Диаграмма 7. Количество просмотров материалов сайта радио «Эхо Москвы» по жанрам за период 06.05.2012

Вторым по популярности жанром на сайте радио «Эхо Москвы» в этот день оказалась рубрика «Блог». В данном разделе публикуются посты из аккаунтов «ньюсмейкеров» в блогосфере и социальных сетях. Фактически это является перепечаткой текста. Материалы раздела собрали почти четверть всех просмотров выборки – 185 730 или 24,13%. Напомним, что этот раздел также представлен и наибольшим количеством страниц после информационных заметок – их в выборке 12. Эти материалы принесли почти 7% всех просмотров сайта за сутки 6 мая. Добавим, что их также можно включить в категорию пользовательского конт

Мультимедийный онлайн–репортаж стал третьим по популярности в нашей выборке, а также последним жанром, набравшим более ста тысяч просмотров – на его счету 110380 просмотров или 14,34% от общего количества просмотров материалов выборки. Несмотря на это, его доля в общей статистике сайта составила всего 3,88%.

Мультимедийный онлайн-репортаж состоит из текста не только журналистов и информационных агентств, но и блогеров, и активистов. Данные от информагентств и корреспондентов «Эха Москвы» сбавляются оперативными твитами и постами популярных блогеров, активных участников «Марша миллионов». Кроме того, репортаж в режиме реального времени иллюстрируется фотографиями с места событий, преимущественно блогеров и активистов, например, Варламова. В отличие от онлайн-репортажа в других медиа, в данном материале присутствуют не только короткие описания происходящего (в том числе и твиты), но и расширенные тексты участников. Все элементы размещены равномерно, с учетом постепенной развязки сюжета.

Далее следуют материалы, набравшие менее 10% просмотров от всей выборки. Чуть больше шести процентов набрали разделы видео, фотолента и интервью – 6,97%, 6,79% и 6,3% или 53 635, 52 277 и 48 475, соответственно. Выборка представлена тремя отдельными видеосюжетами, причем два из них опять же заимствованы у сторонних ресурсов, а один является интервью с Гарри Каспаровым. Что касается интервью, то эта рубрика в выборке представлена двумя страницами, которые являются адаптированными расшифровками радийного эфира. 6 мая на сайте было размещено пять фотолент и каждая из них взята со сторонних ресурсов (три с сайта агентства «Ридус», по одному с блогов журналиста радио Владимира Варфоломеева и Ильи Епишкина).

Примечательно, что на сайте «Эха Москвы» шла прямая видеотрансляция «Марша миллионов», причем сразу три, одна из которых транслировалась из Санкт-Петербурга, а два ­– из Москвы. Эти три трансляции набрали в общей сложности 32679 просмотров или 4,25% от общего количества просмотров страниц, попавших в выборку. Заметим, что видеотрансляция также не является собственной продукцией редакции, а предоставлена партнером – «Сетевизором».

Наименее популярным жанром, если исходить из количества просмотров материалов выборки, оказалось аудио. Хотя в исследовании их два, набрали они менее двух процентов просмотров среди 65 материалов – 1,39% или 10722 в абсолютных цифрах.

* + 1. **Сравнительный анализ материалов трех исследуемых ресурсов по жанрам**

Если говорить о всех материалах трех исследуемых ресурсов, то 114 материалов, попавших в нашу выборку, за сутки 6 мая 2012 года набрали 1 326 760 просмотров. Как можно видеть из диаграммы №8, большую часть из них составляют материалы сайта радио «Эхо Москвы» – 58%. Но напомним, что данный ресурс также представлен и большим количеством материалов в выборке. Вторым по популярности с большим отрывом оказались страницы сайта РИА Новости – 24,2% от общего количества просмотров. Но сайт «Радио Свобода» ненамного отстал от агентского сайта – его доля в общем количестве просмотров составляет 17,76%.

Диаграмма 8. Доля ресурса в общем количестве просмотров за период 06.05.2012

Сравнивать контент и его популярность, исходя из этих цифр, является неправильным в виду того, что аудитория у каждого ресурса различается по качеству и количеству. Если, например, говорить об охвате аудитории материалами, попавших в выборку, охват девяти материалов «Радио Свободы» достигает почти 31% от общего количества просмотров всех страниц сайта за этот день. А у «Эха Москвы» он составляет всего 27%, хотя у него самая большая доля просмотров в выборке. Материалы РИА Новости в выборке заполучили 23% всех просмотров ресурса за 6 мая. В среднем же 114 материала из нашей выборки получили более четверти просмотров всех страниц трех исследуемых ресурсов – 26,49%.

Также можно сравнить ресурсы по среднему количеству просмотров на одну единицу материала из нашей выборки. В этом случае материалы сайта «Радио Свобода» в выборке оказываются самыми эффективными – на каждую из них в среднем приходится чуть больше 85 000 просмотров. Материалы радио «Эхо Москвы», будучи представленными наибольшим количеством (более половины) материалов почти с двойным отрывом следуют за РС – на одну единицу их статей в среднем приходится чуть больше 43 000. На каждую страницу сайта РИА Новости в выборке приходится менее 35 000 просмотров.

Диаграмма 9. Количество просмотров на одну единицу материала выборки по ресурсам за период 06.05.2012

Как показано на диаграмме №10, пальму первенства и в общей статистике сохраняет жанр информационной заметки – он охватывает почти треть всех просмотров за этот день (31,47%). Этот жанр также представлен наибольшим количеством материалов в выборке – 61 из 114. Далее наиболее популярными оказались мультимедийные онлайн-репортажи – их доля в общей статистике составила почти 25%. Необходимо заметить, что это всего три страницы – по одной от каждого ресурса. Кроме того, стоит подчеркнуть, что популярность репортажа на одном из сайтов сильно отличались от двух других. Так, наиболее популярным он оказался на сайте «Радио Свобода». Там он собрал почти четверть просмотров всех страниц сайта за этот день или три четверти от общего количества просмотров страниц, попавших в выборку. Что касается сайтов РИА Новости и «Эха Москвы», то их доля в общем количестве просмотров материалов выборки чуть более 14% или менее 4% от общего количества просмотров всех страниц ресурса. Данный жанр в статистике просмотров всех страниц ресурсов набрал почти 7%.

Жанры информационной заметки и мультимедийного онлайн-репортажа оказались единственными совпадениями у всех трех ресурсов – только они были в тройке лидеров у всех сайтов. Далее предпочтения аудитории каждого из ресурсов различаются. Поэтому на третьем месте по популярности оказался жанра блога, используемый только на одном из исследуемых ресурсов («Эхо Москвы»). В выборке он занимает почти 11% от общего количества материалов и фактически является вторым самым представленным жанром в нем по количеству. Как мы уже упоминали выше, он является вторым по популярности разделом на сайте [www.echo.msk.ru](http://www.echo.msk.ru) и набрал почти четверть всех просмотров за этот день. В общей же статистике его доля составила ровно 14% или 185730 просмотров (почти 4% от количества просмотра всех страниц трех ресурсов).

По мнению автора, данный раздел сайта необходимо категорировать как пользовательский контент (UGC), так как контент заимствован у сторонних пользователей, а не создан профессиональными журналистами. Дополнительным аргументом может стать и тот факт, что в выборку попала информация, написанная собственным корреспондентом радио, но, как выясняется, редакция решила не давать ее в виде собственной информации, а с отсылкой на блог журналиста. Причиной может быть как неуверенность в точности полученных данных, так и что-либо другое.

Диаграмма 10. Количество просмотров всех материалов выборки за период 06.05.2012

Если же квалифицировать блоги, как пользовательский контент, то следующая за этим жанром фотолента, может быть присоединена к нему. Представленный восемью материалами, созданных из фотографий сторонних пользователей, жанр представлен на сайтах РИА Новости и «Эхо Москвы». Среди материалов выборки фотолента набрала почти 100 000 просмотров, что составляет 6,8% (почти 2% от просмотра всех страниц). Таким образом, пользовательский контент оказывается третьим по популярности с долей 20,8% и отставание от мультимедийного онлайн-репортажа составляет менее 5% (почти 60 000 просмотров).

Все остальные жанры, представленные материалами в нашей выборки, набрали менее 10%. Так, видеосюжеты собрали 86 843 просмотра, что составляет 6,55%, а фотоленты – 76 487 просмотров или 5,76%. В данном случае имеются в виду фотоленты, собранные из снимков сделанных фотографами и журналистами редакции изданий – их в выборке оказалось всего три.

Шесть интервью, попавшие в нашу выборку с сайтов радио, набрали менее 5% просмотров, что составило 64 420 в абсолютных цифрах. Вдвое меньше просмотров набрал жанр онлайн-видеотрансляции, который присутствовал только на сайте радио «Эхо Москвы». Прямая трансляция видео на двух других ресурсах велась напрямую с сайта мультимедийного онлайн-репортажа, о чем мы упоминали ранее.

Одним из наименее популярных жанров оказалась инфографика – доля 1,64%. Одной из причин «низкой популярности» является ее отсутствие на радийных сайтах.

Почти одинаковое количество просмотров в этот день набрали разделы сюжет и аудио – по 0,2% в общей статистике выборки. Причем первый жанр присутствует только на сайте РИА Новости, а второй – на сайте «Эхо Москвы». И самым непопулярным жанром 6 мая 2012 года была викторина, набравшая всего 1249 просмотров или 0,09% от общего количества просмотров страниц выборки и 0,02% от просмотра всех страниц трех сайтов. Опять же этот жанр представлен только на одном из ресурсов – РИА Новости.

Исходя из описаний выше, мы можем сказать, что две трети всех просмотров страниц выборки являются мультимедийными материалами: часть собрана из большого количества «инфомолекул» (мультимедийный репортаж, инфографика, сюжет), другая — представляет из себя синтетические жанры, перетекшие из классических, но приобретших дополнительные функции и свойства (аудио, видео, фотолента, UGC, интервью, викторина). Другую же треть просмотров составляют информационные заметки. Хотя вопрос того, насколько они являются «классическими», остается открытым, так как при создании минимум трети информационных заметок (тех, что опубликованы на сайте РИА Новости) в виде иллюстраций к материалу использована фотолента с автоматической прокруткой и состоящей из 2-6 фотографий.

Таким образом, все мультимедийные материалы трех ресурсов в день публикации собрали 844 711 просмотр, что составляет 18,15% от общего количества просмотров трех сайтов на 6 мая 2012 года. То есть, почти 1/5 часть статистики ресурсов на этот день приходится на 53 мультимедийных материала из нашей выборки.

* 1. **Контент Интернет-СМИ в пост-событийный период (спада актуальности информационного повода)**

Как было показано в первом параграфе 2 главы, наибольшее количество просмотров за день собрали информационные заметки, которые превосходили другие форматы подачи информации также и по количеству — 61 из 114. Но в отличие от традиционных СМИ, которые не могут исследовать дальнейшее количественные показатели потребления своего контента, у Интернет-СМИ имеется возможность последующего получения просмотров на ранее уже опубликованные материалы и подсчета этих просмотров. К этому могут привести следующие действия:

* Пользователя интересует конкретное событие определенной даты, новость о которой он находит через поисковые системы и попадает на сайт Интернет-СМИ с интересующим материалом в его архиве;
* Фотоленты, видеосюжеты, инфографика публикуются в качестве иллюстрации к последующим материалам на эту тему, как их составная часть, что практикуется и в классических СМИ;
* Привязка гипперссылок внутри текста новых материалов к определенным фразам, которые затрагивают данную тему. Задачей гипперссылок является «подтверждение» написанного или представление развития события или полной информации (например, отсылка к сюжету или к справке) или же увеличение глубины просмотра ресурса.
* Размещение ссылок в контекстном блоке материалов соответствующей тематики.

Все вышеописанные возможности получения последующего трафика на старые материалы работают на сайтах исследуемых СМИ. К тому же, если учесть, что контент исследуемых материалов посвящен массовым акциям, тема которых сама по себе является трендом и может не терять актуальности достаточно длительное время, информация о них может приносить посетителей на сайт и по происшествию определенного времени с момента публикации.

* + 1. **Контент Интернет-СМИ в первую неделю пост-событийного периода по виду жанра**
			1. **РИА Новости (www.ria.ru)**

6 мая 2012 года пришелся на воскресенье, что несколько упрощает возможность анализа еженедельных данных для выявления изменений в предпочтениях со стороны пользователей в зависимости от формата подачи материала. Как показывает статистика, наиболее большой всплеск интереса к исследуемым материалам во всех трех ресурсах пришелся именно на первую неделю после дня публикации, несмотря на майские выходные дни. Так, 40 страниц сайта РИА Новости за семь дней набрали 466 892 просмотра, что составляет 3,72% от общего трафика этой недели[[45]](#footnote-45) или 26,02% среднесуточной аудитории второй недели мая 2012 года[[46]](#footnote-46) для данного ресурса. Это почти на 50% больше просмотров, чем было собрано в день публикации материалов.

Диаграмма №11. Доля материалов РИА Новости из выборки, ранжированных по жанру, за период 07.05.2012-13.05.2012

Изменения также коснулись и статистику внутри самой выборки ресурса (см. Диаграмму №11). Так, если в день публикации наиболее популярным жанром на сайте РИА Новости была информационная заметка, собравшая почти треть посещений, то в неделю 7-13 мая 2012 года больше всего просмотров пришлось на две фотоленты — 202595 за семь дней. Это почти половина полученного трафика материалами выборки за выбранный период — 43,39%. Информационные заметки по итогам первой недели пост-событийного периода расположились на втором месте, опередив менее чем на 2% UGC (3 фотоленты, собранные из фотографий, присланных пользователями), то есть набрали 85982 и 77085 просмотров, соответственно (или 18,42% и 16,51% от общего количества просмотров материалов выборки за неделю, соответственно). Как мы писали уже ранее, в данном случае UGC также смело можно включить в раздел «Фотоленты», так как единственным их отличием является исполнитель. В этом случае доля фотоленты могла бы составить в просмотре за выбранный период 60%.

Из числа потерявших свою актуальность материалов стоит выделить сюжет, который ни разу не посещался пользователями, уже начиная с 7 мая, и мультимедийный репортаж, число просмотров которого составило почти 50000 за первую неделю, а доля в общей выборке — 10,71%. Кроме того, менее популярными оказались и видеосюжеты с инфографикой, доля каждого из которых составила менее 5% или чуть больше 20 000 просмотров на каждый из жанров. Больше всего выросло посещение страницы с викториной. На нее пришлось 8591 посещений за неделю или в среднем 1227 просмотра в сутки, тогда как 6 мая эту страницу посетили только 1249 пользователей. То есть данный жанр оказался единственным, который не потерял свою среднесуточную аудиторию, тогда как число среднесуточных просмотров остальных жанров сократилось в разы.

Таким образом, доля мультимедийных жанров РИА Новости в первую неделю пост-событийного периода увеличилась почти до 82%, главным образом за счет фотолент (в том числе и пользовательских) и викторины, тогда как доля информационных заметок, опубликованных 6 мая, упала почти в два раза.

* + - 1. **«Радио Свобода» (www.svobodanews.ru)**

Как можно было ожидать, общее количество просмотров всех страниц сайта «Радио свобода», попавших в нашу выборку, пошло на спад. Спад составил почти 60%, что в абсолютных цифрах составило немногим больше 90 000 или 3,72% от общего количества просмотров страниц ресурса за 7 дней. Эта цифра также сравнима и с четвертью среднесуточного количества просмотров ресурса, что является немногим меньше цифр, полученных 6 мая (26,11% против 30,62%).

Что касается распределения полученных цифр среди материалов сайта по жанровым предпочтениям посетителей, то наиболее популярным остался мультимедийный онлайн-репортаж, хотя его доля и сократилась по отношению к периоду актуальности информационного повода. Он собрал 40 001 просмотр или 44,01% среди материалов выборки.

Местами в таблице поменялись жанры информационной заметки и интервью, занимавшие в период актуальности информационного повода второе и третье места соответственно. В первую неделю после события наиболее популярными после мультимедийного онлайн репортажа среди посетителей сайта «Радио Свобода» оказались четыре интервью, опубликованных 6 мая, с долей 29,41%, тогда как в день события их доля составляла менее 7%. А информационные заметки сократили свою долю в статистике просмотров ресурса с 15,42% до 12,05%. Необходимо заметить, что сдвиг позиций произошел не благодаря неравномерному сокращению просмотров материалов этих двух жанров. Точнее, не только поэтому. Единственную информационную заметку, попавшую в выборку сайта «Радио Свобода» за первую пост-событийную неделю, просмотрели в три раза меньше, чем в день события, тогда как четыре материала в разделе «Интервью» получили почти в два раза больше просмотров, чем в день актуальности информационного повода (15945 на 6 мая против 26736 на 07.05-13.05.2012).

Диаграмма №12. Доля материалов «Радио Свобода» из выборки, ранжированных по жанру, за период 07.05.2012-13.05.2012

Еще одним жанром, увеличившим свою долю в общем количестве просмотров не за счет неравномерного сокращения просмотров у всех материалов, а наоборот ­– роста цифр, стал видеосюжет. Два видео из выборки в совокупности просмотрели на 72% больше, чем в день самого события. Но, несмотря на это, он остается четвертым по популярности жанром.

Наименее же популярным материалом среди посетителей сайта, как и в день события, оказалась фотолента, не намного изменившая свою долю – спад с 1,8% до 1,24% или с 4240 до 1126 просмотров.

Доля материалов мультимедийного жанра сайта «Радио Свобода» в первую неделю пост-событийного периода увеличилась почти до 88%, главным образом за счет увеличения просмотров контента в разделе «Интервью» и «Видео».

* + - 1. **Радио «Эхо Москвы» (www.echo.msk.ru)**

65 страниц сайта радио «Эхо Москвы» на первую пост-событийную неделю набрали 367 027 просмотров или 1,6% от общего количества просмотров за эту неделю, которое составило 22 954 664. Это вдвое меньше, чем в день актуальности информационного повода или 11,2% от среднесуточного количества просмотров на период 07.05-13.05.2012.

Жанровые предпочтения посетителей сайта в исследуемый период, как это можно видеть на диаграмме №13, также изменились. Практически половину просмотров в эту неделю материалам выборки принесли пять фотолент, чья доля в день события составляла чуть больше 6%. В эти же семь дней с долей 49,02% они собрали почти 180 000 просмотров (рост в 350%). Еще одним жанром, поднявшимся в статистике не за счет неравномерного спада интереса к материалам, а увеличения количества просмотров, стало интервью. Его за эти семь дней пользователи просмотрели 62 187 раз, что почти на 30% больше, чем в день события. Его доля просмотров на первую неделю пост-событийного периода в общей выборке сайта составила 16,94%.

Диаграмма №13. Доля материалов сайта радио «Эхо Москвы» из выборки, ранжированных по жанру, за период 07.05-13.05.2012

Материалы же из раздела «Блог» опустились на одну строчку ниже по популярности и собрали всего 43157 просмотров, что в четыре раза меньше ранее исследованного периода. Их доля в общем количестве промоторов также уменьшилась – с предыдущей четверти до чуть более 10%.

Наиболее популярный в день актуальности информационного повода жанр информационной заметки не попал даже в тройку лидеров в первую пост-событийную неделю. Его доля составила менее 11%, что в три раза меньше, чем в день актуальности информационного повода, или 39 699 просмотров, что почти в семь раз меньше того же дня. Почти неизменным осталась доля видеосюжетов – чуть больше 6%, но в абсолютных цифрах сокращение составило почти 2,5 раза – 22393 просмотра.

Мультимедийный репортаж, который был не так востребован среди посетителей сайта «Эхо Москвы» и в день актуальности информационного повода, так же стремительно потерял читателей и в исследуемый период. Его доля в общем количестве просмотров уменьшилась в шесть раз и составила чуть больше 2%, а в абсолютных цифрах падение составило еще ощутимее – почти в 13 раз, до 8765 просмотров. Доля посещений страниц с аудиоматериалами увеличилась, хотя этот жанр и занимает предпоследнюю строчку в статистике (2,09% 07.05-13.05.2012 против 1,39% 06.05.2012). Количество просмотров двух аудиофайлов уменьшилось, как и у большинства страниц в выборке, но не так значительно – сокращение составило менее 30% (7684 просмотров).

Наименее популярным жанром среди читателей сайта радио «Эхо Москвы» в первую неделю пост-событийного периода стали страницы с тремя видеотрансляциями. Их открывали 3229 раз (в 10 раз меньше), что сократило их долю с 4,25% на 6 мая до менее 1% на период 07.05-13.05.2012.

Несмотря на уменьшение долей таких разделов как видео или аудио в общей статистике просмотра сайта, доля материалов мультимедийного жанра радио «Эхо Москвы» в первую неделю пост-событийного периода увеличилась почти до 90%, главным образом за счет потери интереса среди читателей к информационным заметкам СМИ.

* + 1. **Контент Интернет-СМИ во вторую-четвертую недели
		пост-событийного периода по виду жанра**

Тенденции, которые наблюдались на первой недели, продолжились и на второй, только в этот период в виду специфики продукции (информация стареет быстро) изменения в цифрах были намного значительнее.

Так, в период с 14 по 20 мая общее количество просмотров материалов выборки уменьшилось на 97% по отношению к предыдущей неделе и составило 26 274 — это 0,08% от общего количества просмотров всех страниц трех ресурсов за указанный период[[47]](#footnote-47) или 0,55% от их среднесуточной аудитории в третью неделю мая.

* + - 1. **РИА Новости (www.ria.ru)**

Статистика падения для всех ресурсов были примерно сравнимыми – разница составляла 1-2%. Так спад у РИА Новости на вторую неделю по отношению к предыдущей составил 96% и составил 18130 просмотров за всю неделю. Это 1,05% от ее среднесуточного количества просмотров за исследуемый период.

Доля информационных заметок в ее статистике упала до 3,45% или 626 просмотра на 23 страницы — менее четырех посещений одной информации в сутки. Отметим, что почти половина из них набрали менее 10 просмотров за неделю. Максимальное количество просмотров получили две заметки: про разбившегося фотографа на марше (149) и о том, что марш закончился не с миром (82) — то есть, темы, относящиеся к рангу происшествий, которые являются одними из самых популярных среди потребителей и классических СМИ.

Диаграмма 14. Количество просмотров страниц сайта РИА Новости по жанрам за период 14.05.2012-20.05.2012

Доля двух фотолент, подготовленных из иллюстраций агентства, также сократились, несмотря на увеличение просмотров в предыдущую неделю — 15,07% в общей выборке или 2733 посещений. Другой вид фотолент, отнесенный в категорию UGC, и на этой неделе увеличил свою долю в общей статистике выборки — до 29% (5259 просмотра). Стабильные доли в общей статистике материалов остались у видеосюжета и инфографики — около 5%. Каждый из них набрал примерно по 900 просмотров. Страницу сюжета, как и в предыдущую неделю, никто не посещал. Мультимедийный репортаж почти вернул долю просмотров, которую охватил в первый день публикации, увеличившись до 13,59% или 2463 обращений на страницу. Стабильно увеличивающей свою долю посещений осталась страница викторины — она выросла до 29,13%. Хотя ее среднесуточное количество просмотров и уменьшилось до 755, и составила 5282 за вторую неделю публикации (см. Диаграмму №11).

Диаграмма 15. Количество просмотров страниц сайта РИА Новости по жанрам за период 21.05-27.05.2012

В период с 21 по 27 мая общее количество просмотров материалов составил 7708, а доля каждого жанра в общей статистике упала (см. Диаграмму №12). Единственной страницей, показавшей рост своей доли среди выбранных материалов, осталась викторина, на которую приходится более половины посещений — 54,83%, то есть 4226 просмотров. Просмотры других материалов сократился в среднем в 3-4 раза. Вторыми по количеству просмотров остались материалы UGC, несмотря на то, что их доля уменьшилась, в отличие от прошлой недели, до 18,92%, что в абсолютных цифрах выразилось в 1458 посещениях. Остальная четверть просмотров (2024) приходятся на информационные заметки (235), мультимедийный репортаж (613), видеосюжеты (233), инфографику (253) и фотоленты (690).

Диаграмма 16. Количество просмотров страниц сайта РИА Новости по жанрам за период 28.05-03.06.2012

В последнюю (четвертую) неделю совокупное количество просмотров всех выбранных 40 страниц сократилось до 4765, что составило мизерную часть среднесуточной статистики ресурса (0,04%) и тем более — всей недели. По сути таковыми были цифры и предыдущей недели (0,05%). Стабильными на этот раз показатели остались у инфографики и UGC — примерно 3,5 и 19 процентов, соответственно, или 169 и 922 просмотров, соответственно. Цифра сюжета осталось прежней — 0. Доля просмотров информационных заметок все время шедшая на спад в последнюю неделю показала некоторый рост и составила 4,20% (200 просмотров на 23 материала). Причем 7 из них за период с 28 мая по 3 июня ни разу не открывались, а 9 из них получили 6 и менее посещений. Наряду с заметкой выросла доля и мультимедийного репортажа, который был открыт 518 раз и получил почти 11% от всех просмотров. На две трети увеличилась доля просмотров фотолент (до 14,56%) и почти вдвое видеосюжетов (5,65%) — 694 и 269 просмотров, соответственно. Доля посещений страниц викторины упала до 41,83%, хотя цифры остались внушительными по отношению к другим категориям — 1993 просмотров (см. Диаграмму №13).

* + - 1. **«Радио Свобода» (www.svobodanews.ru)**

Спад интереса к материалам тематики митингов 6 мая среди читателей сайта «Радио Свобода» во вторую неделю после события по отношению к предыдущей составил 97% или 2376 просмотров за семь дней. Их доля в общем количестве просмотров за третью неделю мая оказалась практически неощутимой – 0,14% (или 1% от среднесуточной аудитории ресурса).

Доля информационных заметок в ее статистике, как это показано на диаграмме №14, упала до 7,74% или 184 просмотра на одну единственную страницу. Одним из самых популярных жанров среди посетителей ресурса на вторую неделю оставался мультимедийный онлайн-репортаж, к которому в этот период обратились 995 раз или почти 42% от просмотра всех страниц выборки. Но, не смотря на большую долю репортажа в общей статистике, лидером по количеству собранных просмотров на этой неделе стал раздел «Интервью», хотя и не с большим отрывом – четыре материала из раздела открывали немногим больше тысячи раз. Это единственный жанр ресурса, сохраняющий тенденцию увеличения своей доли среди материалов выборки.

Диаграмма 17. Количество просмотров страниц сайта «Радио Свобода» по жанрам за период 14.05-20.05.2012

Доля остальных страниц сайта, как и информационной заметки, составила менее 10% – доля двух видеосюжета составила 6,27% (149 просмотров), а доля фотоленты хотя и увеличилась до 1,94%, ее открывали всего 46 раз в эти семь дней.

В третью неделю пост-событийного периода общее количество просмотров страниц сайта ресурса составило 599, что, естественно сводит значимость этих материалов в общей статистике за этот период практически к нулю.

Мультимедийный репортаж, потеряв лидерство в статистике в предыдущую неделю, снова вернул его себе, охватив больше половины просмотров среди материалов выборки за исследуемый период, что в абсолютных цифрах выразилось в 349 обращениях на страницу. Это единственный жанр, набравший более 100 посещений, за эти семь дней. Информационная заметка была просмотрена посетителями вдвое меньше (85), чем за прошлую неделю. Небольшой спад цифр относительно других жанров позволил ей стать вторым по популярности материалом на период 21.05-27.05.2012 (см. Диаграмму №18).

Диаграмма 18. Количество просмотров страниц сайта «Радио Свобода» по жанрам за период 21.05-27.05.2012

Примерно настолько же уменьшилось количество просмотров видеосюжетов сайта (67), что позволило увеличить долю жанра до 11,19%. Наибольший спад интереса пришелся на раздел «Интервью», который лидировал в предыдущую неделю – к четырем страница рубрики обратились в 20 раз меньше, чем в предыдущий период (51).

Единственным материалом, показавшим рост относительно предыдущей недели, хотя и незначительный, стала фотолента, которую просмотрели 47 раз.

В последнюю неделю особых изменений ни в абсолютных цифрах, ни в позициях жанров внутри исследуемых материалов не произошло (см. Диаграмму №19) – общее количество просмотров составило 396 (на треть меньше, чем за прошедший период).

Диаграмма 19. Количество просмотров страниц сайта «Радио Свобода» по жанрам за период 28.05-03.06.2012

Что касается распределения этой цифры, то наибольшее количество просмотров собрал мультимедийный онлайн-репортаж (292), который снова стал единственным материалом, набравшим не только более 100 просмотров за семь дней, но и более 50, не считая информационную заметку, к которой в последнюю неделю мая – первую июня обратились 52 раза. Все остальные три жанра набрали чуть более 20 просмотров: интервью – 26, а видеосюжеты и фотолента – по 23.

* + - 1. **«Эхо Москвы» (www.echo.msk.ru)**

На второй неделе спад интереса к материалам сайта радио «Эхо Москвы» по отношению к предыдущей составил почти 99% – к 65 страницам ресурса из выборки обратились всего 5768 раз. Доля же в общем количестве просмотров за третью неделю мая оказалась практически нулевой – 0,03% (или 0,21% от среднесуточной аудитории ресурса).

Больше половины всех просмотров материалов выборки данного ресурса приходятся на пять фотолент (см. Диаграмму №20), созданных из материалов сторонних пользователей (ресурсов) – к ним в совокупности обратились 3506 раз. Еще одним жанром, преодолевшим тысячный порог в исследуемый период, стал жанр информационной заметки, набравший 1161 просмотр. Таким образом, на каждый из новостей сайта из выборки (37) приходится примерно по 30 просмотров.

Другие жанры данного СМИ оказались менее популярными. Так, 12 материалов из рубрики «Блог» набрали 401 просмотр, то есть соотношение просмотров на один материал раздела соизмерим с цифрами информационных заметок – 33 обращения на один материал.

Диаграмма 20. Количество просмотров страниц сайта радио «Эхо Москвы» по жанрам за период 14.05-20.05.2012.

Остальные жанры сайта имеют долю не более 4% – два интервью просмотрели 229 раз, чуть более 120 обращений было к страницам с видеосюжетами, мультимедийным репортажем и видеотрансляцией. Наименее популярным среди читателей сайта радио «Эхо Москвы» стали две аудиозаписи, набравшие по 47 просмотров.

В период с 21 мая по 27 мая спад интереса к страницам радио в интернете из нашей выборки составил более чем в пять раз и составил немногим больше 1000 просмотров на 65 материалов.

Порог в 100 просмотров смогли преодолеть только три жанра – 37 информационных заметок (293), 12 материалов раздела «Блог» (243) и пять фотолент (182). Материалы этих разделов в совокупности собрали две трети всех просмотров страниц этого ресурса (см. Диаграмму №21).

Далее, почти 100 просмотров набрали два интервью с долей менее 10%. Мультимедийный репортаж, потеряв не так много в цифрах, как остальные жанры (79 просмотров), увеличил свою долю почти до 8%.

Диаграмма 21. Количество просмотров страниц сайта радио «Эхо Москвы» по жанрам за период 21.05-27.05.2012

Почти в два раза меньше обращений в абсолютных цифрах было к страницам с видеотрансляциями и видеосюжетами. Но, несмотря на это их доля в общем количестве просмотров страниц выборки сайта увеличилась по подношению к предыдущему исследованному периоду.

Наименее популярной рубрикой на период с 21 по 27 мая стала «Аудио», которую просмотрели в три раза меньше, чем в предыдущую неделю. Но, стоит заметить, что его доля в статистике увеличилась почти в два раза относительно прошлого периода.

На последнюю исследуемую неделю пришлось немного изменений, если исходить из прошлой (21-27.05.2012). Общее количество просмотров уменьшилось всего на 22% и составило 822, но доля этой цифры в общей статистике просмотров всех страниц ресурса за исследуемую неделю так же почти нулевая.

Наиболее посещаемой рубрикой остаются «Новости» - треть всех просмотров (276) или около семи просмотров на одну информационную заметку из выборки (см. Диаграмму №22).

Диаграмма 22. Количество просмотров страниц сайта радио «Эхо Москвы» по жанрам за период 28.05-03.06.2012

Стоит заметить, что тройка лидеров за последние три недели (включая последнюю) осталась неизменной. Блоги и фотоленты остаются такими же популярными и собрали за исследуемый период 138 и 133 просмотров, соответственно. Таким образом, опять же две трети всех обращений приходится на эту тройку.

Все остальные жанры набрали менее 100 просмотров и их доля в общей статистике не превышает 10%. Так на три страницы видеотрансляций обращались 78 раз, двум интервью – 63, трех видео – 56, двум аудио – 45. Наименьшее количество обращений было на страницу мультимедийного онлайн-репортажа – 33.

* + - 1. **Сравнительный анализ материалов трех исследуемых ресурсов по жанрам в пост-событийный период**

Если говорить о всех материалах трех исследуемых ресурсов в пост-событийный период, то 114 материалов, попавшие в нашу выборку, за четыре последующие недели после события набрали 966 442 просмотра, что на 27% процентов меньше чем за сутки 6 мая. Как можно видеть из диаграммы №23, в отличие от периода, когда информационный повод актуален, в пост-событийный период больше просмотров принесли материалы сайта РИА Новости – их доля достигает 50,48% или 497 495 просмотров. Несмотря на то, что наибольшим количество материалов в выборке представлен сайт радио «Эхо Москвы», его доля в общей статистике в пост-событийный период составила немногим больше трети от общего количества обращений на все страницы выборки (374 676). Материалы же сайта «Радио Свобода» собрали всего 94 271 просмотр за четыре недели.

Диаграмма 23. Доля ресурса в общем количестве просмотров за период 06.05.2012

Сравнение контента и его популярность таким образом, как мы уже писали ранее, не может отражать реальную популярность СМИ или его контента по упомянутым ранее причинам. Например, девять материалов сайта «Радио Свободы» получили 1,38% от общего количества просмотров всех страниц данного сайта за эти четыре недели, тогда как 40 материалов РИА Новости собрали всего 0,91%, а 65 материалов «Эха Москвы» и вовсе 0,48%.

Также можно сравнить ресурсы по среднему количеству просмотров на одну единицу материала из нашей выборки. В пост-событийный период наиболее эффективными оказались материалы сайта РИА Новости, на каждую единицу контента которого приходится почти 12 500 обращений. Стоит подчеркнуть, что основную долю просмотров из четырех исследованных недель в пост-событийный период принесла первая.

Диаграмма 24. Количество просмотров на одну единицу материала выборки по ресурсам в пост-событийный период (07.05-03.06.2012).

Материалы сайта «Радио Свобода» отстали от сайта агентства не намного. На каждый материал радио в среднем приходится 10474 просмотров. Материалы радио «Эхо Москвы», будучи представленными наибольшим количеством (более половины) материалов в среднем просматривались в два раза меньше – на одну единицу их статей приходится 5764 обращений (см. Диаграмму №24).

Как показано на диаграмме №25, наиболее популярный в день события жанр информационной заметки в последующие дни уже собирает меньше просмотров. По итогам четырех недель по происшествию митингов новости оказались на третьей позиции с долей почти в 15% или 139 750 обращений.

Наиболее популярными среди читателей трех ресурсов в пост-событийный период оказались фотографии. Сразу две первые позиции заняты с жанром фотографии, что в совокупности дает практически половину всех просмотров за исследуемый период. Больше всего было обращений к страницам фотолент, собранных из материалов сторонних пользователей и организаций (UGC) – восемь страниц раздела открыли 268 458 раз. На 60 000 меньше просмотров получили собственные фотоленты СМИ, которых в выборке было три. Прямой связи между большей популярностью и фотолентами-UGC нет и даже наоборот. В среднем на одну фотоленту- UGC приходится 33557 просмотра, тогда как на один аналогичный материал собственного производства СМИ – 69 318. Разница более чем в два раза.

Диаграмма 25. Количество просмотров всех материалов выборки за период 06.05.2012

Также из значительных цифр можно выделить 104 196 обращений на страницы мультимедийного онлайн-репортажа (10,78%), и 90 393 просмотра шести страниц интервью с радийных сайтов (9,35%).

Еще один «визуальный» жанр (видео) собрал 58 196 просмотров. Остальные же все материалы собрали меньше 50 000 просмотров и их доля в общей статистике за указанный период не превышает 5%.

Остальные жанры значительно уступают по цифрам и тем более в общей доле просмотров (упомянутые выше четыре жанра уже занимают долю в 83,89%). Так, пятерку лидеров замыкают видеосюжеты, набравшие почти 60 000 просмотров за 28 дней, за которыми следует блоги с «Эха Москвы» с чуть более 40 000 просмотрами. Показывавшая небольшие, но стабильные цифры викторина с сайта РИА Новости принесла его создателям 20 000 просмотров, а три инфографики все того же агентства в совокупности 22110 обращений. Менее 10 000 просмотров принесли страницы с аудио и видеотрансляциями.

Исходя из описаний выше, мы можем сказать, что более 80% просмотров всех страниц выборки приходятся на мультимедийные материалы: часть собрана из большого количества «инфомолекул» (мультимедийный репортаж, инфографика, сюжет), другая — представляет из себя синтетические жанры, перетекшие из классических, но приобретших дополнительные функции и свойства (аудио, видео, фотолента, UGC, интервью, викторина). И только чуть более 10% просмотров в пост-событийный период приходятся на информационные заметки, которые являются представителем единственного классического жанра в нашей выборке. Хотя вопрос того, насколько и они являются «классическими», остается открытым, так как при создании минимум трети информационных заметок (тех, что опубликованы на сайте РИА Новости) в виде иллюстраций к материалу использована фотолента с автоматической прокруткой и состоящей из 2-6 фотографий.

Таким образом, все мультимедийные материалы трех ресурсов в последующие четыре недели после публикации материалов собрали 826 692 просмотра, что составляет 0,45% от общего количества просмотров трех сайтов на период 07.05-03.06.2012 года. Данная цифра соизмерима с количеством просмотров, полученными этими же 53 материалами в день их публикации, то есть 6 мая 2012 года.

Диаграммы №26 наглядно показывает, как хронологически менялась доля просмотров каждого из жанров, попавших в нашу выборку.

Наиболее эффективным на долгосрочную основу жанром оказалась викторина. Если, конечно, под долгосрочным временным диапазоном мы понимаем один календарный месяц, так как и этот период является очень долгим для потребления данного вида продукции – информации. Только у одной единственной страницы – викторины, попавшей в нашу выборку с сайта РИА Новости, на протяжении всего исследуемого периода наблюдался не только минимальный еженедельный спад интереса, но и стабильное количество просмотров в первые семь дней пост-событийного периода, соизмеримое с полученными в день создания страницы цифрами. А в последние недели его доля среди исследуемых страниц стала намного ощутимее, доходя до половины всех просмотров.

Еще один результат наблюдения, по мнению, автора так же является интересным. Фотоленты (3 профессиональных + 8 UGC: охватываем оба типа, так как в данном наблюдении исходим от фактора «иллюстрации») в первый исследованный день собрали всего чуть больше 10% просмотров. Но в последующие две недели (после события) эти 11 материалов стабильно приносили практически половину всех просмотров выборки (49,82% и 43,94% в первую и вторую недели, соответственно). В остальные две недели их доля спала до чуть более четверти (25,38% и 29,61, соответственно).

Так называемые преимущественно «текстовые» жанры (информационная заметка, интервью, блог), имевшие наибольшую популярность среди посетителей трех ресурсов в день актуальности события (50,33% всех просмотров), в пост-событийный период с каждой неделей теряли интерес среди читателей. Если еще в первую неделю они охватили почти 30% всех обращений, то уже во вторую неделю на их долю пришлось менее 15% просмотров, и выше этой цифры их охват дальше уже не поднимался. Хотя напомним, что три этих жанра представлены 79 материалами, тогда как в выборку попало 114 материалов.

Видеотрансляции, имеющиеся у нас в выборке, нет смысла сравнивать по периодам, так как жанр себя исчерпывает уже по происшествию события. Хотя, стоит признать, что обращения на страницы видеотрансляций в пост-событийный период были, но эти цифры на фоне остальных мизерные. То же самое касается и «Сюжет», попавший в нашу выборку по установленным критериям. В день события на его страницу обращались и почти 10 тыс. раз, в последующие сутки вплоть до начала июня ни одного просмотра так и не было выявлено.

Другой видеопродукт из нашей выборки, видеосюжет, представленный 10 материалами и представленный всеми ресурсами, стабильно сохранял свою долю в статистике выборки, которая колебалась между 4-6%.

Еще одним жанром, не оправдавшим себя в качестве платформы для освещения данной темы, по мнению автора, оказалось аудио. Хотя и в день события два аудиофайла имели долю меньше одного процента в выборке и почти 11 тыс. просмотров, в первую пост-событийную неделю они свою долю сохранили, но в абсолютных цифрах потеряли 3 тыс. обращений (на 7 дней). А начиная со второй недели пост-событийного периода на два этих аудиофайла приходилось менее 100 просмотров на 7 дней.

Еще одним жанром, имеющим перспективу привлечения аудитории по происшествию события, которому посвящен материал, оказался мультимедийный репортаж. Будучи одним из самых популярных материалов в день самого события на всех трех ресурсах, в последующие три недели он сохранял долю в 11-14%.

И наконец, инфографика, считающаяся самым перспективным жанром в новых медиа, в проведённом исследовании остается таковой же. Собрав больше 20 тыс. просмотров на четыре материала в день события (менее 2%), материалы инфографики сохранили стабильную долю просмотров в последующие четыре недели – около 3%. Это при том, что инфографика была представлена лишь на сайте РИА Новости, а на двух других исследуемых ресурсах отсутствовала.

Если говорить об общем количестве самих просмотров всех материалов за исследуемый период, то они составили 2 293 202 обращения и доля каждого из жанров с точки зрения «зарабатывания кликов» получилась, как показано на диаграмме №27.

То есть чуть больше четверти всего трафика приносли фотографии — фотоленты и UGC. Другая четверть обращений приходится на информационные заметки, представленные наибольшим количеством материалов в выборке. Если к ним добавить почти 400 тыс обращений к материалам в рубриках «Интервью» и «Блог», то доля «текстовых» материалов в этой статистике достигает практически 2/5.

Еще один жанр оказываюшийся наиболее эффективным и в плане полученных цифр по просмотрам стал мультимедийных репоратаж. Три материала принесли своим ресурсам в совокупности почти 450 тыс. обращений.

Диаграмма №26. Хронология роста и спада доли просмотра материалов выборки по жанрам за весь исследуемый период в процент

 Диаграмма №27. Количество просмотров по жанрам за период 28.05.2012-03.06.2012

Последним жанром, преодолевшим стотысячный порог (в полтора раза), стал видеосюжет. Все остальные жанры набрали менее 50 тыс. просмотров за весь исследуемый период.

В среднем на каждую единицу материала выборки вне зависимости от жанра приходится примерно 20 тыс. просмотров. Исходя из этих усредненных цифр, наиболее эффективными оказались жанры мультимедийного репортажа (144 463 просмотра на одну единицу материала), профессиональной (94 813) и UGC-фотолент (44 831) интервью (25 802) и викторины (21 341). Наименее эффективными оказались информационные заметки (9136 просмотров на один материал), аудио (9 289), инфографика (10 960), видеотрансляции (12 059) и видеосюжеты (14 503).

**Заключение**

Исследование, проведенное автором, позволяет сделать следующие выводы.

Аудитория, интересующаяся политическими темами, в день резонансного события (продолжительного во времени) предпочитает потреблять мультимедийные форматы, составной частью которых является текст. При этом предпочтение при освещении «горячего» события отдается профессиональной продукции (информационные заметки + мультимедийные репортажи = 56,28% в день события). По окончании события или уже когда оно подходит к концу, пользователь начинает в большей степени интересоваться дополнительными деталями, а также мнениями экспертов (блоги + интервью = 20,55%). Уже на следующий день после события картина предпочтения меняется – потребитель уже владеет достаточной информацией для формирования общей картины произошедшего. Он начинает искать продукцию с эмоциональной составляющей (Фотоленты, включая UGC = 49,3% за четыре недели пост-событийного периода) и носящую развлекательный (или относительно развлекательный) характер (инфографика + викторина = 4,37%). При этом, как правило, остается интерес к новостям на тему «происшествия» (пример: сообщение о несчастном случае на «Марше», когда из окна дома выпал фотограф). По-прежнему велика потребность и в глубоком самостоятельном анализе произошедшего через чтение «весомых» мнений и восстановление хронологии событий (информационные заметки + интервью + мультимедийный репортаж = 34,59%).

Это то, что касается части предпочтений аудитории. С точки зрения эффективности в долгосрочной перспективе с лучшей стороны себя показали фотоленты, которые при этом могут быть наименее трудозатратными (а в случае с радио «Эхо Москвы» и вовсе бесплатными), мультимедийный репортаж (который требует больше ресурсов, как человеческих, так и технических, но всегда востребован). Что касается таких жанров как инфографика и игры (викторина), то в каждом случае все зависит от обстоятельств – типа материала и вытекающего из него необходимых затрат. В данном случае, даже имея небольшие доли среди материалов выборки, эти два жанра скорее оправдали себя, чем нет. Так как три из четырех примера инфографики были статичными, а викторина проста по исполнению (то есть, продукция была относительно дешевой, зато долгоиграющей).

Исследование показало, что наиболее эффективные (с точки зрения пост-событийного «хвоста популярности») материалы не являлись классическими, а адаптировались специально для интернета – то есть, были мультимедийными. Большинство из них могли «жить» только на интернет-платформе и не имели «двойников» в традиционных СМИ.

Исключение отчасти составили классические информационные заметки. Их неумирающая популярность, на взгляд автора, может объясняться только одним – отсутствием оперативной альтернативы с использованием мультимедийных технологий (та же инфографика или видео требует других временных и финансовых затрат).

В результате проведенного исследования мы частично подтвердили, а частично опровергли первую гипотезу, заявленную во Введении. Она гласила, что специфические мультимедийные материалы, поданные в классической жанровой форме, в современных интернет-СМИ являются взаимодополняющими и имеют одинаковую популярность в период актуальности информационного повода. Однако в пост-событийный период динамика спада популярности мультимедийного контента значительно ниже, чем у традиционного.

Как выяснилось в ходе исследования, в день публикации материалов классические и мультимедийные жанры не равнозначны по популярности. Как это показал первый параграф второй главы, доля мультимедийных жанров в статистике потребления посетителями является бОльшей, чем классических жанров. Причем эта тенденция сохраняется и на пост-событийный период, когда информационный повод теряет свою актуальность.

Вторая наша гипотеза гласила, что жанровые предпочтения потребителей информационных материалов зависят от актуальности информационного повода и отрезка «пост-событийного» времени, и она полностью подтвердилась во втором параграфе второй главы исследования.

Как представляется автору исследования, эти выводы должны помочь журналистам, работающим в интернет-СМИ, грамотно выстраивать жанровые предпочтения при освещении резонансных событий – с учетом разной степени популярности мультимедийных материалов в процессе освещения события и в постсобытийный период.

**Список литературы**

Введение в журналистику. Учебное пособие // Цвик В.Л. – М., 2000.

Журналистика и конвергенция: Почему и как традиционные СМИ становятся конвергентными // Под ред. Качкаевой А.Г. – М., 2010.

Интернет-СМИ: Теория и практика // Под общ. ред. Лукиной М.М. – М., 2011.

Новостная интернет-журналистика. // Амзин А. – М., 2011.

Московская хартия журналистов. Декларация // М. – 1994. С. 1

Редактирование информационных сообщений. Учебное пособие для студентов // Лащук О.Р. – М., 2004.

Словарь иностранных слов // Комлев Н.Г. – М., 2006.

СМИ в пространстве Интернета // Лукина М.М., Фомичева И.Д. – М., 2005. С. 36.

Deuze M. The Web and Its Journalisms: Considering the consequences of different types of newsmedia online. New Media and Society. City London Sage, 2003.

Code of Ethics or Canons of Journalism // American Society of Newspaper Editors – Washington, 1923. P. 10.

Online Journalism: Research methods. A multidisciplinary approach in comparative perspective // Marcos Palacios, Javier Diaz Noci (eds.) – Bilbao, 2009.

The Media: An Introduction. Edited by Adam Briggs, Paul Cobley — Harlow, England, 2002.

The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas, 1949. H. D. Lasswell – Urbana, IL, 1948.

**Интернет-источники**

Исследования «Фонда общественного мнения». [Fom.ru](file:///C%3A%5CUsers%5CKhurshed%5CDesktop%5CDocuments%5CLectures%5CKursovaya%5CFom.ru)

Сайт Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru)

Информационный портал «Первого канала» [www.1tv.ru](http://www.1tv.ru)

Новостной портал Lenta.ru. [www.lenta.ru](http://www.lenta.ru)

Информационной портал о рекламе и медиа Sostav.ru. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)

Информационный портал РИА Новости. [www.ria.ru](http://www.ria.ru)

Semiocast measurement on Twitter and Facebook. [Semiocast.com](http://semiocast.com)

Электронный словарь ABBYY Lingvo. [www.lingvo.ru](http://www.lingvo.ru)

Круглосуточный видеоканал РИА Новости. <http://ria.ru/tv_mm/>

Рейтинг Rambler топ 100. <http://top100.rambler.ru/>

Рейтинг Liveinternet.ru, 2013. URL: <http://www.liveinternet.ru>

Рейтинг@mail.ru, 2013. URL: <http://top.mail.ru/>

Информационный потал «Центразия». [www.centrasia.ru](http://www.centrasia.ru)

Дайджет новостей «1000 идей». [www.1000ideas.ru](http://www.1000ideas.ru)

Информационно-аналитическая система «Медиалогия». [www.mlg.ru](http://www.mlg.ru)

Закон РФ «О средствах массовой информации» (о СМИ). [www.zakonrf.ru](http://www.zakonrf.ru).

Ежедневное интернет-СМИ «Православие мир» [www.pravmir.ru](http://www.pravmir.ru)

Russia Internet Usage and Marketing Report // [Internetworldstats.com](file:///C%3A%5CUsers%5CKhurshed%5CDesktop%5CDocuments%5CLectures%5CKursovaya%5CInternetworldstats.com)

Webstie of Semiocast SAS [www.semiocast.com](http://www.semiocast.com)

Приложение №1

**Количество просмотра и доля в трафике за 6 мая 2012 года для каждой страницы сайта РИА Новости (www.ria.ru) в выборке**

**Виды материалов и доля просмотра**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Материал** | **Кол-во просмотров** | **% от страниц выборки** | **% от просмотра всех страниц** |
| Информационная заметка | 105 394 | 32,80 | 7,57 |
| Мультимедийный репортаж | 46 690 | 14,53 | 3,36 |
| Видео | 26 186 | 8,15 | 1,88 |
| Сюжет | 9942 | 3,09 | 0,71 |
| Инфографика  | 21733 | 6,76 | 1,56 |
| Фотолента | 72247 | 22,48 | 5,19 |
| UGC | 37916 | 11,80 | 2,72 |
| Викторина | 1249 | 0,39 | 0,09 |
| **ИТОГО:** | **321 357** | **100** | **23,09%** |

**Информационная заметка**

**Кол-во просмотров и процент предполагают данные на 5 периодов – выбранный день и кол-во просмотров в последующие 4 недели (06.05 | 07-13.05 | 14-20.05 | 21-27.05 | 28.05-03.06)**

**ИЗ №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | В Москве разбился фотограф, снимавший с высоты "Марш миллионов" |
| **Кол-во просмотров / %** | 17082/1,23% | 50414 | 149 | 35 | 22 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/incidents/20120506/642741898.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Срочная информационная заметка, состоящая из лида и контекста, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). 17:33 |

**ИЗ №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Участники "Марша миллионов" заполняют Болотную площадь |
| **Кол-во просмотров / %** | 6280/0,45% | 2003 | 33 | 21 | 25 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/society/20120505/642019396.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). 18:41 |

**ИЗ №3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Удальцов, Немцов и Навальный задержаны за организацию провокаций |
| **Кол-во просмотров / %** | 9780/0,70 | 1250 | 44 | 18 | 9 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/incidents/20120506/642811271.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Срочная информационная заметка, состоящая из лида, контекста и цитаты сопровождается иллюстрациями задержания. 19:00 |

**ИЗ №4**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Лукин: произошедшее на "Марше миллионов" - спланированная провокация |
| **Кол-во просмотров / %** | 7171 / 0,51% | 1263 | 15 | 5 | 9 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/society/20120506/642791214.html> |
| **Ссылка на статистику** | <http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0&> |
| **Описание** | Расширенная информационная заметка (так называемое обощение), состоящая из лида, контекста, множества цитат и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 18:47. |

**ИЗ №5**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Фотограф, разбившийся во время Марша миллионов, не работал в СМИ – СК |
| **Кол-во просмотров / %** | 6853 / 0,49 | 1260 | 28 | 5 | 3 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/incidents/20120506/642825170.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). 19:30 |

**ИЗ №6**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Участники "Марша миллионов" требуют от полиции пропустить их к Кремлю |
| **Кол-во просмотров / %** | 5611 / 0,40% | 526 | 6 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/society/20120506/642745014.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). 17:38 |

**ИЗ №7**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Оппозиционный "Марш миллионов" стартовал в центре Москвы |
| **Кол-во просмотров / %** | 4408 / 0,32% | 656 | 25 | 23 | 0 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/moscow/20120506/642696017.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=40&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Расширенная информационная заметка (обобщение), состоящая из лида, контекста, множества цитат, деталей и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 16:12. |

**ИЗ №8**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Полиция: Удальцов, заявивший о 100 тыс участниках акции, "перегрелся" |
| **Кол-во просмотров / %** | 5227 / 0,38 | 363 | 6 | 2 | 0 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/society/20120506/642759334.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=40&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 18:00. |

**ИЗ №9**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Участники "Марша миллионов" собираются в Москве, несмотря на дождь |
| **Кол-во просмотров / %** | 4069 / 0,29% | 361 | 14 | 2 | 6 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/society/20120506/642662037.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=40&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 15:21. |

**ИЗ №10**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | СПЧ намерен дать оценку действиям оппозиционеров и полиции в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 3951 / 0,28% | 583 | 26 | 37 | 37 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/society/20120506/642885892.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=60&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 20:55. |

**ИЗ №11**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | ГУМВД: в полицейских на акции оппозиции кидают камни и бутылки |
| **Кол-во просмотров /%** | 2493 / 0,18% | 12673 | 25 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/incidents/20120506/642797642.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Срочная информационная заметка, состоящая из лида и цитаты, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Опубликовано в 18:52. |

**ИЗ №12**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | В ЕР прогнозируют спад протестной активности |
| **Кол-во просмотров / %** | 2602 / 0,19% | 285 | 4 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/society/20120506/642857114.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=80&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитат и бэкграунда, сопровождается тематической иллюстрацией («Марша миллионов»). Размещен в 20:11. |

**ИЗ №13**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Участники "Марша миллионов" нашли в своих рядах "провокаторов" |
| **Кол-во просмотров / %** | 3167 / 0,23% | 913 | 30 | 4 | 5 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/society/20120506/642699649.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=80&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 16:19. |

**ИЗ №14**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Участники "Марша миллионов" заполняют Болотную площадь |
| **Кол-во просмотров / %** | 8697 / 0,63% | 1586 | 24 | 3+2=5 | 6 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/moscow/20120506/642734217.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=80&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 17:22. |

**ИЗ №15**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Удальцов, Немцов и Навальный доставлены в ОВД "Якиманка" в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 2312 / 0,17% | 327 | 4 | 2 | 2 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/incidents/20120506/642882442.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=100&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 20:49. |

**ИЗ №16**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | На Болотной задерживают митингующих, пытающихся прорвать оцепление |
| **Кол-во просмотров / %** | 1805 / 0,13 | 591 | 6 | 7 | 4 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/incidents/20120506/642766015.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=100&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Срочная информационная заметка, состоящая из лида и контекста с тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 18:00. |

**ИЗ №17**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Удальцова, Навального и Немцова задержали на акции в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 2298 / 0,16% | 683 | 10 | 4 | 0 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/incidents/20120506/642777935.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=100&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 18:23. |

**ИЗ №18**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Возбуждены дела о призывах к беспорядкам в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 2222 / 0,16% | 1172 | 3 | 6 | 6 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/inquest/20120506/642910181.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=120&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 21:18. |

**ИЗ №19**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Оппозиционный "Марш миллионов" в центре Москвы завершился не с миром |
| **Кол-во просмотров / %** | 2237 / 0,16% | 5854 | 82 | 21 | 38 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/incidents/20120506/642969118.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=120&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Большая информационная заметка (обобщение), состоящая из лида, контекста, цитат, развития события и бэкграунда. А также сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»), видеосюжетами и инфографикой. Размещен в 23:00. |

**ИЗ №20**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Полиция сообщает об избиении журналистов участниками акции в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 1928 / 0,14% | 307 | 5 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/incidents/20120506/642784042.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=120&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Срочная информационная заметка, состоящая из лида и контекста с тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 18:29. |

**ИЗ №21**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Полиция задержала в центре Москвы более 400 человек, сообщает ГУМВД |
| **Кол-во просмотров / %** | 2375 / 0,17 | 1468 | 27 | 26 | 11 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/incidents/20120506/642923782.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=120&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты и бэкграунда, сопровождается тематическими иллюстрациями («Марша миллионов»). Размещен в 21:42. |

**ИЗ №22**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | МВД: организаторы "Марша миллионов" превысили заявленную численность |
| **Кол-во просмотров / %** | 1542 / 0,11% | 1114 | 49 | 10 | 6 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/incidents/20120506/642913566.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=160&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Стандартная информационная заметка, состоящая из лида, контекста, цитаты сопровождается тематической иллюстрацией («Марша миллионов»). Размещен в 21:38. |

**ИЗ №23**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Около 20 полицейских пострадали во время акции на Болотной площади |
| **Кол-во просмотров / %** | 1284 / 0,09% | 330 | 11 | 2 | 11 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/incidents/20120506/642882957.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=180&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Срочная информационная заметка, состоящая из лида и цитаты с тематической иллюстрацией (с «Марша миллионов»). Размещен в 20:47. |

**ИТОГО: 23 материала / 105394 просмотра / 7,57%**

**Мультимедийный репортаж**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | "Марш миллионов" 6 мая в Москве. Хроника событий |
| **Кол-во просмотров / %** | 46690 / 3,36% | 49984 | 2463 | 613 | 518 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/society/20120506/642656551.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Репортаж состоящий из всех возможных мультимедийных элементов. Его главной и отличительной чертой от репортажа в других СМИ является представление хронологии события в режиме реального времени в виде коротких описаний происходящего. В самом материале использованы много фотографий, видеоиллюстрации и видеосюжеты, а также тематическая инфографика. Все элементы размещены равномерно, с учетом постепенной развязки сюжета. |

**ИТОГО: 1 материал / 46690 просмотров / 3,36%**

**Видео**

**Видео №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Сбор участников и начало шествия на Якиманке. Ускоренная версия |
| **Кол-во просмотров / %** | 12388/0,89% | 6199 | 41 | 12 | 12 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/tv_society/20120506/642726952.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Материал размещен в 17:16 вечера, несмотря на это собрал почти 10000 просмотров до конца дня. Ролик, длительность которого составляет 56 секунд, в ускоренном режиме показывает как собирались участники на «Марш миллионов» и его начало. |

**Видео №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Акция оппозиции 6 мая в Москве: от шествия до задержаний |
| **Кол-во просмотров / %** | 8101/0,58% | 9332 | 301 | 79 | 41 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/tv_incidents/20120506/642887333.html> |
| **Ссылка на статистику** | <http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0&> |
| **Описание** | Видеосюжет, кратко рассказывающий, как начинался, проходил и завершился митинг оппозиции, длится 2 мин. 33 сек. Материал был размещен в 20:59 6 мая и использован в нескольких последующих материалах о митингах в качестве видеоиллюстрации или контекстного материала. |

**Видео №3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Участники митинга на Болотной сносят ограждения и дерутся с полицией |
| **Кол-во просмотров / %** | 2779 / 0,20 | 3222 | 256 | 41 | 113 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/tv_society/20120506/642830590.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=80&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Видеосюжет показывает, как участники митинга пытаются снести ограждения и вступают в конфликт с полицией. Длительность 42 сек. Размещен в 19:37. |

**Видео №4**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Участники митинга на Болотной пытаются прорвать оцепление полиции |
| **Кол-во просмотров / %** | 1608 / 0,12 | 492 | 22 | 2 | 91 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/tv_society/20120506/642819717.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=140&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Видеосюжет показывает, как участники митинга пытаются прорвать оцепление полиции. Продолжительность 45 сек. Опубликовано в 19:20. |

**Видео №5**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Задержание Удальцова на сцене во время митинга на Болотной площади |
| **Кол-во просмотров / %** | 1310 / 0,09% | 2583 | 286 | 99 | 12 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.ria.ru/tv_society/20120506/642825080.html> |
| **Ссылка на статистику** |  |
| **Описание** | Сюжет, показывающий, как задерживали Удальцова во время его выступления на сцене. Продолжительность 36 сек. Опубликовано в 19:30. |

**ИТОГО: 5 материалов / 26186 просмотров / 1,88%**

**Сюжет**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Массовые акции в Москве 6 мая 2012 года |
| **Кол-во просмотров / %** | 9942 / 0,71% | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://ria.ru/trend/moscow\_meetings\_06052012/ |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Сюжет рассказывает о массовых акциях оппозиции и сторонников власти в Москве и включает в себя все материалы, посвященные этой теме , и все форматы, в которых материалы по этой теме публикуются. |

**ИТОГО:1 материал / 9942 просмотра / 0,71%**

**Инфографика**

**Инфографика №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Численность участников митинга на Болотной площади в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 8747 / 0,63 | 11221 | 325 | 118 | 52 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/infografika/20120506/642943523.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Графика, показывающая на примере отрезка из кадра, сколько участников на самом деле могло быть на шествии оппозиции, была оперативно размещена вечером 6 мая. |

**Инфографика №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Сколько митингующих вмещает Болотная площадь |
| **Кол-во просмотров / %** | 6090 / 0,44 | 2949 | 195 | 50 | 34 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/infografika/20120506/641942126.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Инфографика, созданная на технологии флэш, показывает, сколько человек может вмещать Болотная площадь. При этом можно рассчитать возможное количество человек, изменяя плотность толпы. Размещен в ночь на 6 мая. |

**Инфографика №3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Маршрут "Марша миллионов" в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 5306 / 0,38% | 3775 | 321 | 76 | 81 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/infografika/20120504/640929541.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Инфографика, показывающая маршрут шествия «Марша миллионов», согласованный с властями. Сделан в виде статичной карты с указанием маршрута, некоторых городских объектов, пропускных пунктов и других необходимых данных. Размещена 4 мая. |

**Инфографика №4**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Ограничение движения транспорта в Москве с 6 по 9 мая |
| **Кол-во просмотров / %** | 1590/0,11% | 2882 | 20 | 9 | 2 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/infografika/20120505/641961959.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=140&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Графика показывает, какие улицы и части города будут закрыты для проезда транспорта не только в день проведения шествия и митинга, но и в другие дни, которые являются праздничными. |

**ИТОГО: 4 материала / 21733 просмотра / 1,56%**

**Фотолента**

**Фотолента №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Задержания на Болотной площади |
| **Кол-во просмотров / %** | 44712 / 3,21% | 169 148 | 1671 | 425 | 531 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/photolents/20120506/642781146.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=20&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Классическая фотолента создана из ярких фотографий митинга, которые сопровождаются подписями. |

**Фотолента №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | "Марш миллионов" в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 27535 / 1,98% | 33447 | 1062 | 265 | 196 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/photolents/20120506/642597476.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=60&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Классическая фотолента создана из 14 ярких фотографий митинга, которые сопровождаются подписями. |

**ИТОГО: 2 материала / 72247 просмотров / 5,19%**

**UGC**

**UGC №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | "Луки" и плакаты "Марша миллионов": какие цари пришли на митинг |
| **Кол-во просмотров / %** | 21972 / 1,58% | 47126 | 3198 | 852 | 625 |
| **Ссылка на материал** | <http://youreporter.ru/ugc/20120506/642697911.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=60&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Фотолента, собранная из 31 тематической фотографии, присланных участниками проекта «Ты — репортер», посвящена плакатам митинга.  |

**UGC №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Полиция задержала нарушителей порядка во время акции "Марш миллионов" |
| **Кол-во просмотров / %** | 10376 / 0,75% | 1537 | 35 | 18 | 12 |
| **Ссылка на материал** | <http://youreporter.ru/ugc/20120506/642783907.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=100&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Короткая информационная заметка, опубликованная по материалам, присланным участниками проекта «Ты — репортер», основу которой составляет фотолента из 21 фотографии и видеосюжет противостоянии полиции и участников митинга, снятого на мобильный телефон. Фотолента и видеосюжет находятся в теле материала. Опубликовано в 18:33. |

**UGC №3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Навальный с женой и мама Ходорковского: лица марша оппозиции |
| **Кол-во просмотров / %** | 5568 / 0,40% | 28422 | 2026 | 591 | 285 |
| **Ссылка на материал** | <http://youreporter.ru/ugc/20120506/642828360.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=180&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Лента, состоящая из 13 фотографий, присланных участниками проекта «Ты — репортер», посвящен известным участникам шествия. |

**ИТОГО:3 материала / 37916 / 2,72%**

**Викторина**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** |  |
| **Кол-во просмотров / %** | 1249/0,09% | 8591 | 5282 | 4226 | 1993 |
| **Ссылка на материал** | <http://ria.ru/victorina/626055479.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=0&date=2012-05-06&sf=180&pp=20&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Цитаты и четыре варианта ответа |

**ИТОГО: 1 материал / 1249 просмотров / 0,09%**

Приложение №2

**Количество просмотра и доля в трафике за 6 мая 2012 года для каждой страницы сайта радио «Эхо Москвы» (www.echo.msk.ru) в выборке**

**Всего на этот день 2846645 просмотров на 15017 страниц ресурса. В выборку попали 65 материалов.**

**Виды материалов и доля просмотра**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Материал** | **Кол-во материалов** | **Кол-во просмотров** | **% от страниц выборки** | **% от просмотра всех страниц** |
| Информационная заметка | 37 | 275 824 | 35,83% | 9,69% |
| Мультимедийный репортаж | 1 | 110 380 | 14,34% | 3,88% |
| Видеотрансляция | 3 | 32 679 | 4,25% | 1,15% |
| Видео | 3 | 53 635 | 6,97% | 1,88% |
| Аудио | 2 | 10 722 | 1,39% | 0,38% |
| Интервью | 2 | 48 475 | 6,30% | 1,70% |
| Фотолента (UGC) | 5 | 52 277 | 6,79% | 1,84% |
| Блог (UGC) | 12 | 185 730 | 24,13% | 6,52% |
| **ИТОГО:** | **65** | **769 722** | **100,00%** | **27,04%** |

**Информационная заметка**

**Кол-во просмотров и процент предполагают данные на 5 периодов – выбранный день и кол-во просмотров в последующие 4 недели (06.05 | 07-13.05 | 14-20.05 | 21-27.05 | 28.05-03.06)**

**ИЗ №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | В Москве продолжаются задержания |
| **Кол-во просмотров / %** | 120501/4,23% | 17329 | 936 | 165 | 153 |
| **Ссылка на материал** | www.echo.msk.ru/news/885765-echo.html |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885765-echo.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Расширенная информационная заметка о прошедшей акции и последующих задержаниях участников. В конце материала также вложена аудиоиллюстрация о погибшем фотографе. Размещен в 23:30. |

**ИЗ №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | В центре Москвы погиб фотограф, который работал на шествии оппозиции |
| **Кол-во просмотров / %** | 20429/0,72% | 457 | 4 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885761-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885761-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о гибели фотографа на акции. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 17:29. |

**ИЗ №3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Сразу несколько сайтов крупнейших российских СМИ, в том числе Эхо Москвы, подверглись сегодня хакерской атаке |
| **Кол-во просмотров / %** | 6799/0,24% | 619 | 18 | 28 | 20 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885730-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885765-echo.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Короткая информационная заметка о том, что сайты СМИ атакуются хакерами. В конце материала также вложена аудиоиллюстрация с эфира новостей. Нет фото. Размещен в 15:04. |

**ИЗ №4**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | В центре Москвы сейчас проходит акция оппозиции "Марш миллионов" |
| **Кол-во просмотров / %** | 9520/0,33% | 285 | 33 | 36 | 19 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885752-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-04-30&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885752-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Короткая информационная заметка о том, что проходит акция. В конце материала также вложена аудиоиллюстрация с эфира новостей. Размещен в 17:01. |

**ИЗ №5**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Первые задержания участников предстоящего Марша миллионов начались в Москве... |
| **Кол-во просмотров / %** | 6915/0,24% | 88 | 2 | 4 | 8 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885729-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885729-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Короткая информационная заметка о том, что участников московской акции задерживают до начала шествия. В конце материала также вложена аудиоиллюстрация с эфира новостей. Размещен в 14:59. |

**ИЗ №6**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Полиция перекрыла практически весь центр Москвы |
| **Кол-во просмотров / %** | 6837/0,24% | 212 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885656-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885656-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Короткая информационная заметка о перекрытии полицией центра Москвы. В конце материала также вложена аудиоиллюстрация с эфира новостей. Нет фото. Размещен в 11:00. |

**ИЗ №7**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Неожиданный конфликт возник на согласованной акции оппозиции Марш миллионов, которая проходит в эти минуты в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 6630/0,23% | 336 | 2 | 4 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885775-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885775-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Информационная заметка о том, что Навальный и Удальцов со своими сторонниками неожиданно начали сидячию забастовку. Нет фото. Размещен в 18:01. |

**ИЗ №8**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Журналисты НТВ пострадали во время оппозиционной акции на Болотной площади |
| **Кол-во просмотров / %** | 6313/0,22 | 230 | 4 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885788-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885656-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Короткая информационная заметка в двух предложениях о пострадавших журналистах. В конце материала также вложена аудиоиллюстрация с эфира новостей. Нет фото. Размещен в 19:04. |

**ИЗ №9**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | СК начал доследственную проверку по факту смерти 26-летнего фотографа, упавшего с пожарной лестницы во время акции "Марш миллионов" |
| **Кол-во просмотров / %** | 3572/0,13% | 396 | 17 | 16 | 11 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885791-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885761-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка об открытии дела по факту гибели фотографа на акции. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 19:24. |

**ИЗ №10**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Коронация Путина уже прошла в Париже |
| **Кол-во просмотров / %** | 3765/0,13% | 1093 | 15 | 2 | 15 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/svkos/885711-echo/ |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/svkos/885711-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка об акции несогласия в Париже. Материал размещен в рубрики «Блог», но ссылки на оригинал нет. Нет фото. Размещен в 17:29. |

**ИЗ №11**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Первые задержания произошли на акциях оппозиции в поддержку "Марша миллионов" |
| **Кол-во просмотров /%** | 3539/0,12% | 3142 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885636-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885636-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о задержании организаторов акции во Владивастоке. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 09:36. |

**ИЗ №12**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Еще около тысячи оппозиционных активистов продолжает отстаивать площадку возле кинотеатра "Ударник" в схватках с омоновцами |
| **Кол-во просмотров / %** | 4853/0,17% | 266 | 2 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885803-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885636-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка об участниках, отказавшихся расходиться и отстаивающих площадь у кинотеатра. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 20:13. |

**ИЗ №13**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | К столкновениям на Болотной привели как провокации оппозиции, так и недоработки полиции |
| **Кол-во просмотров / %** | 4573/0,16% | 403 | 4 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885816-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885636-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка из комментария уполномоченного по правам человека в РФ Владимира Лукина. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 21:02. |

**ИЗ №14**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Правозащитники оценивают действия организаторов так называемого "Марша миллионов" в центре Москвы как спланированную провокацию |
| **Кол-во просмотров / %** | 4347/0,15% | 171 | 2 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | www.echo.msk.ru/news/885779-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885779-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка с комментариями правозащитников. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 18:52. |

**ИЗ №15**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Марш миллионов в Кемерово окончился потасовкой |
| **Кол-во просмотров / %** | 3936/0,14% | 273 | 6 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885703-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885703-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о том, как закончился митинг в Кемерово. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 13:30. |

**ИЗ №16**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | По последним данным, более 400 человек задержаны на Болотной площади в центре Москвы |
| **Кол-во просмотров / %** | 3536/0,12% | 393 | 5 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885809-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885703-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о количестве задержанных на митинге. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 20:30. |

**ИЗ №17**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Массовая акция оппозиции и гражданских активистов Марш миллионов должна сейчас начаться в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 3259/0,11% | 67 | 5 | 2 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885741-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885703-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка накануне начала митингов. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 16:00. |

**ИЗ №18**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Провокации на Болотной площади и хакерские атаки на правительственные сайты – это явления одного порядка |
| **Кол-во просмотров / %** | 4343/0,15% | 1060 | 8 | 0 | 2 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885821-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885703-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о причинах провокаций на митинге.. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 21:29. |

**ИЗ №19**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Уже больше тысячи человек собрались на Калужской площади в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 4002/0,14% | 50 | 0 | 0 | 2 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885821-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885703-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о начале митинга. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 15:30. |

**ИЗ №20**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | По меньшей мере две разрешенные и одна несогласованная акция пройдут сегодня в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 3170/0,11% | 94 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885821-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885703-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о предстоящих митингах. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 10:30. |

**ИЗ №21**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Возбуждены уголовные дела по факту призывов к беспорядкам и применения насилия против полицейских на Болотной площади |
| **Кол-во просмотров / %** | 3428/0,12% | 157 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885822-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885703-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о заведении уголовных дел по отношению участников митингов. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 10:30. |

**ИЗ №22**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | По меньшей мере уже два активиста задержаны в Москве при подготовке Марша миллионов |
| **Кол-во просмотров / %** | 3061/0,11% | 34 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885734-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885734-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о задержаниях. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Размещен в 15:30. |

**ИЗ №23**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Гражданская активистка Мария Баронова задержана в храме прямо во время службы |
| **Кол-во просмотров / %** | 3720/0,13% | 178 | 54 | 18 | 33 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885659-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885734-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о задержании активистки. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 11:06. |

**ИЗ №24**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Начался мировой суд над Борисом Немцовым и еще двумя активистами «Солидарности» |
| **Кол-во просмотров / %** | 2365/0,08% | 4195 | 2 | 0 | 3 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885839-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885734-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о наказании Удальцова, Немцова, Навального и других. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 23:01. |

**ИЗ №25**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Столичных автомобилистов сегодня снова могут столкнуться с проблемами при поездке в центр города |
| **Кол-во просмотров / %** | 2480/0,09% | 21 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885605-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885734-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о том, какие дороги будут перекрыты 6 мая.. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 07:02. |

**ИЗ №26**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Пресс-секретарь Владимира Путина Дмитрий Песков призвал наказать организаторов провокаций на Болотной площади |
| **Кол-во просмотров / %** | 3382/0,12% | 3388 | 2 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885836-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885734-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка с заявлением Пескова. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 22:39. |

**ИЗ №27**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | На оппозиционной акции в центре Москвы полиция задержала более 250 человек |
| **Кол-во просмотров / %** | 2301/0,08% | 48 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885796-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885796-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о задержании участников митинга. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 19:45. |

**ИЗ №28**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Полиция оцепила Поклонную гору, где через час начнется массовый митинг Общероссийского народного фронта |
| **Кол-во просмотров / %** | 2190/0,08% | 214 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885753-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885753-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о митинге на Поклонке. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 17:03. |

**ИЗ №29**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Палатки появились на Болотной площади, где так и не состоялся митинг оппозиции |
| **Кол-во просмотров / %** | 2833/0,1% | 238 | 4 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885798-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885798-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Заметка о появлении палаток на Болотной площади.. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 19:45. |

**ИЗ №30**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Полиция призывает оставшихся на Болотной площади после митинга оппозиции разойтись и вытесняет толпу с площади |
| **Кол-во просмотров / %** | 1746/0,06% | 59 | 5 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885804-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885798-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Небольшая заметка. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 20:15. |

**ИЗ №31**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | В оппозиционном шествии в Москве участвуют 8 тысяч человек, сообщают в МВД |
| **Кол-во просмотров / %** | 2613/0,09% | 238 | 4 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885744-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885744-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Небольшая заметка «с полей». Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Размещен в 16:30. |

**ИЗ №32**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Журналист «Эха Москвы» Тихон Дзядко был задержан возле ОВД «Якиманка» в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 2571/0,09% | 520 | 4 | 4 | 3 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885833-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885744-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Небольшая заметка «с полей». Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 16:30. |

**ИЗ №33**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Участники марша миллионов, которые съезжаются в Москву из регионов, встречают сопротивление со стороны местных властей |
| **Кол-во просмотров / %** | 2768/0,1% | 73 | 4 | 2 | 2 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885693-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885693-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Информационная заметка о трудностях участников, с которыми они сталкиваются. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 16:30. |

**ИЗ №34**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Столичная полиция стягивает силы к Калужской площади |
| **Кол-во просмотров / %** | 2697/0,09% | 72 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885712-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885693-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Информационная заметка о стягивании сил к месту начала шествия. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 14:10. |

**ИЗ №35**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Следственный комитет проводит доследственную проверку по фактам применения насилия по отношению к полицейским на Болотной площади |
| **Кол-во просмотров / %** | 2693/0,09% | 112 | 19 | 9 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885800-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885800-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Информационная заметка о заявлении СК. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Размещен в 20:00. |

**ИЗ №36**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | На Дальнем Востоке задерживают организаторов местных «Маршей миллионов» |
| **Кол-во просмотров / %** | 1685/0,06% | 46 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/news/885652-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885652-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Информационная заметка о задержаниях на Дальнем Востоке. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 10:30. |

**ИЗ №37**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | По меньшей мере более тысячи человек со всей России так и не смогли приехать в Москву на Марш миллионов |
| **Кол-во просмотров / %** | 2452/0,09% | 142 | 0 | 3 | 5 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/news/885717-echo.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/news/885717-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Информационная заметка об участниках. Также размещена аудиоиллюстрация – эфир новостей с информацией на эту тему. Нет фото. Размещен в 14:30. |

**ИТОГО: 37 материалов / 275 824 просмотров / 9,69%**

**Мультимедийный репортаж**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Марш миллионов. Online-репортаж |
| **Кол-во просмотров / %** | 110380 | 8765 | 63+61=124 | 40+39=79 | 17+16=33 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/echomsk/885725-echo  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/echomsk/885725-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Мультимедийный репортаж, причем состоящий из текста не только журналистов и информационных агентств, но и блогеров и активистов. Данные от информагентств и корреспондентов «Эха Москвы» сбавляются оперативными твитами и постами популярных блогеров, активных участников «Марша миллионов». Кроме того, репортаж в режиме реального времени иллюстрируется фотографиями с места событий. Так же преимущественно блогеров и активистов, например, Варламова. В отличие от онлайн-репортажа в других медиа, в данном материале присутствуют не только короткие описания происходящего (в том числе и твиты), но и расширенные тексты участников. Все элементы размещены равномерно, с учетом постепенной развязки сюжета. Создан в 14:40. |

**ИТОГО: 1 материал / 110 380 просмотров / 3,36%**

**Видеотрансляция**

**Видеотрансляция №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Марш миллионов |
| **Кол-во просмотров / %** | 21083/0,74% | 2358 | 56 | 26 | 31 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/blog/echomsk/885751-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-05-07&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/content/article/24571387.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Прямая видеотрансляция с места событий на сайте радио. |

**Видеотрансляция №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Прямые включения с Народного марша (Марш миллионов) |
| **Кол-во просмотров / %** | 8648/0,3% | 517 | 40 | 16 | 26 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/video/885686-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-05-07&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/content/article/24571387.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Прямая видеотрансляция с места событий на сайте радио. |

**Видеотрансляция №3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Петербург на "Марше миллионов". Прямой эфир. |
| **Кол-во просмотров / %** | 2948/0,1% | 354 | 31 | 22 | 21 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/tv\_live/885471-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-05-07&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/content/article/24571387.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Прямая видеотрансляция с места событий на сайте радио, начавшаяся в 14:30. |

**ИТОГО: 3 материала / 32 679 просмотров / 1,15%**

**Видео**

**Видео №1 (Блог)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Задержание Удальцова, Навального и Немцова (ВИДЕО) |
| **Кол-во просмотров / %** | 30751/1,08% | 13627 | 59 | 30 | 17 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/echomsk/885797-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/echomsk/885797-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Видео взятое с YouTube телеканала Russia Today, показывающее задержание Навального и Удальцова. Размещен в 19:42. |

**Видео №2 (Интервью)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Интервью с Гарри Каспаровым |
| **Кол-во просмотров / %** | 16479/0,58% | 6526 | 52 | 25 | 31 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/video/885689-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-04-30&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/programs/beseda/885167-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Видеозапись эфира радиоинтервью (был прямой эфир) с активистом акции Гари Каспаровым. Только видео, текст отсутствует. На момент просмотра статистики видео не работало. Размещено в 18:00. |

**Видео №3 (Интервью/Блог)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Интервью с участниками митинга |
| **Кол-во просмотров / %** | 6405/0,23% | 2240 | 15 | 11 | 8 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/video/885710-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/video/885710-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Видеозапись интервью с участниками митинга. К сожалению, на момент проверки, видео уже не работало. Поэтому так же и неясно, почему размещено в рубрике «Блог». Только видео, текст отсутствует. Размещено в 21:00. |

**ИТОГО: 3 материала / 53 635 просмотров / 1,88%**

**Фотолента (UGC)**

**Фотолента №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Шествие оппозиции по Большой Якиманке. Фоторепортаж |
| **Кол-во просмотров / %** | 15543/0,55% | 1233 | 26 | 2 | 6 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/soobshestvo/885808-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/dgudkov/885655-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Фоторепортаж создан из фотографий размещенных на сайте агентства «Ридус». Материал фактически дублирован. Только две фотографии имеют расширенные информационные подписи. Размещен в 20:27. |

**Фотолента №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Акция оппозиции закончилась задержаниями, слезами и помятыми боками |
| **Кол-во просмотров / %** | 10889/0,38% | 65159 | 190 | 80 | 42 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/soobshestvo/885832-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/dgudkov/885655-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Фоторепортаж создан из фотографий размещенных на сайте агентства «Ридус». Материал фактически дублирован. В начале дана некая расширенная информация о прошедшем (тоже с Ридуса). Размещен в 22:30. |

**Фотолента №3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Марш Миллионов в трех фотографиях |
| **Кол-во просмотров / %** | 10622/0,37% | 26299 | 71 | 14 | 13 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/onlife/885837-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/onlife/885837-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Фоторепортаж создан из фотографий размещенных на фотоблоге Ильи Епишкина (Фотопрогулки по Москве). Материал фактически дублирован. Текста практически нет. Размещен в 22:42. |

**Фотолента №4**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Общероссийский народный фронт отметил годовщину на Поклонной горе |
| **Кол-во просмотров / %** | 9263/0,32% | 7474 | 11 | 0 | 7 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/soobshestvo/885811-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/soobshestvo/885811-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Фоторепортаж создан из фотографий размещенных на сайте агентства «Ридус». Материал фактически дублирован. В начале дана некая расширенная информация о прошедшем (тоже с Ридуса). Размещен в 20:50. |

**Фотолента №5**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | 6 мая (ФОТО) |
| **Кол-во просмотров / %** | 5960/0,21% | 79748 | 3208 | 86 | 65 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/varfolomeev/885840-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/varfolomeev/885840-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Фоторепортаж из блога журналиста радио «Эхо Москвы» Владимира Варфоломеева. В этот раз жанр больше соответствует своему названию, так как фотографии сопровождаются текстами. Размещен в 23:04. |

**ИТОГО: 5 материала / 52 277 просмотров / 1,84%**

**Блог (UGC)**

**Блог (UGC) №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Годовщине ОНФ |
| **Кол-во просмотров / %** | 74209/2,61% | 23 090 | 226 | 141 | 75 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/blog/navalny/885662-echo/ |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/navalny/885662-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Материал скопирован из блога Алексея Навального, одного из лидеров «Марша Миллионов», то есть является постом, и посвящен трудностям, с которыми организаторы сталкиваются незадолго до начала акции. Размещен в 11:04. |

**Блог (UGC) №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Почему я не пойду на акцию? |
| **Кол-во просмотров / %** | 33377/1,17% | 8331 | 75 | 52 | 30 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/blog/yasina/885690-echo/ |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/content/article/24571414.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Публикация поста журналистки Ирины Ясиной с ее блога. Размещен в 12:49. |

**Блог (UGC) №3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Метро будет закрыто |
| **Кол-во просмотров / %** | 22 584/0,79% | 590 | 6 | 4 | 2 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/varfolomeev/885732-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/varfolomeev/885732-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись из блога журналиста радио «Эхо Москвы» Владимира Варфоломеева о том, что некоторые станции метро в день акции работать не будет. Размещен в 15:07. |

**Блог (UGC) №4**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Жесткие задержания в Хабаровске |
| **Кол-во просмотров / %** | 17709/0,62% | 1927 | 21 | 8 | 7 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/dgudkov/885655-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/dgudkov/885655-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись из блога активиста «Марша» Дмитрия Гудкова о том, что в Хабаровске правоохранительные органы препятствуют проведению митинга, в частности, предварительным задержанием местных лидеров. Размещен в 10:58. |

**Блог (UGC) №5**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Соревнование Болотной и Поклонной |
| **Кол-во просмотров / %** | 11973/0,42% | 1124 | 23 | 11 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/hakamada/885428-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/dgudkov/885655-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись из блога активистки «Марша» политика Ирины Хакамады. Пост состоит из четырех коротких предложений. Размещен в 15:00. |

**Блог (UGC) №6**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Штурм Кремля или Военная хунта? |
| **Кол-во просмотров / %** | 7 170/0,25% | 202 | 4 | 0 | 2 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/publicpost/885579-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/publicpost/885579-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись из блога Алексея Блиндула с ресурса Public Post. Материал размещен не в полной версии. Предлагается для чтения текста полностью пройти по ссылке к оригиналу. Сейчас ссылка уже неправльная. Размещен в 02:09. |

**Блог (UGC) №7**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Действия силовиков в период 1-7 мая |
| **Кол-во просмотров / %** | 7117/0,25% | 1630 | 8 | 2 | 6 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/gagman/885678-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/gagman/885678-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись из блога сценариста Олега Козырева, рассуждающего о действиях силовиков за последнюю неделю. Размещен в 12:20. |

**Блог (UGC) №8**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | "Марш миллионов" Охота на несогласных с покушением на жизнь |
| **Кол-во просмотров / %** | 4159/0,15% | 1309 | 18 | 2 | 8 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/blog/volkoff70/885756-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/gagman/885678-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись из блога писателя Игоря Волкова о том, с какими неприятностями столкнулись оппозиционные активисты Волги. Ссылка на оригинал не дана. Размещен в 17:50. |

**Блог (UGC) №9**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Куда обращаться в случае задержания 6-7 мая в Москве |
| **Кол-во просмотров / %** | 1902/0,07% | 364 | 13 | 19 | 6 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/davidis/885563-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/davidis/885563-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись из блога Сергея Давидиса с контактами, куда можно обратиться при задержании полицией. Ссылка на оригинал не дана. Размещен в 00:07. |

**Блог (UGC) №10**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Путаники... Кухню с площадью не перепутать! |
| **Кол-во просмотров / %** | 1351/0,05% | 1005 | 0 | 0 | 2 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/alexanikin1971/885780-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/alexanikin1971/885780-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись из блога Александра Аникина о власти, митингах и проблемах. Ссылка на оригинал не дана. Размещен в 19:20. |

**Блог (UGC) №11**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Я грядки копал, а тут... |
| **Кол-во просмотров / %** | 2579/0,09% | 1382 | 7 | 4 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/blog/alex40/885799-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/alexanikin1971/885780-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись из блога журналиста Александра Сорокина о том, как проходил митинг в Кемерово. Ссылка на оригинал не дана. Размещен в 21:40. |

**Блог (UGC) №12**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Показательные выступления |
| **Кол-во просмотров / %** | 1630/0,06% | 2203 | 0 | 0 | 0 |
| **Ссылка на материал** | http://echo.msk.ru/blog/victorovich/885826-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/blog/victorovich/885826-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись из блога литератора Ильи Абеля о митинге на Поклонке. Ссылка на оригинал не дана. Размещен в 21:46. |

**ИТОГО: 12 материалов / 185 730 просмотров / 6,52%**

**Аудио**

**Аудио №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Прямые включения с Народного марша (Марш миллионов) с 17:00 до 19:00 |
| **Кол-во просмотров / %** | 6997/0,25% | 4144 | 32 | 14 | 24 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/blog/gagman/885678-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-04-30&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/sounds/885167&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись эфира радиоинтервью (был прямой) с активистами с места событий (Удальцов, Быков и др.), а также экспертами в студии. Отдельная статистика по прослушиванию аудиозаписи эфира. |

**Аудио №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Интервью с Гарри Каспаровым |
| **Кол-во просмотров / %** | 3725/0,13% | 3540 | 62 | 19 | 21 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/sounds/885510.html  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-04-30&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/programs/beseda/885167-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Аудиозапись эфира радиоинтервью (был прямой эфир) с активистом акции Гари Каспаровым. Аудио слушали отдельно от материала. Размещено в 18:11. |

**ИТОГО: 2 материала / 10 722 просмотра / 0,38%**

**Интервью (+Аудио)**

**Интервью №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Эксперты - об "очень милом человеке" Дмитрии Медведеве |
| **Кол-во просмотров / %** | 36951/1,3% | 22225 | 51 | 35 | 25 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/programs/beseda/885167-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-04-30&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/programs/beseda/885167-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись эфира радиоинтервью (был прямой) с активистами с места событий (Удальцов, Быков и др.), а также экспертами в студии. Опубликована расшифровка, а также включена аудиозапись эфира. |

**Интервью №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Интервью : "Марш миллионов" |
| **Кол-во просмотров / %** | 11524/0,4% | 39962 | 178 | 64 | 38 |
| **Ссылка на материал** | http://www.echo.msk.ru/programs/beseda/885813-echo/  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=echo.msk.ru/programs/beseda/885813-echo&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Запись эфира радиоинтервью (был прямой) с активистами в студии (Чирикова, Гудков, Кац и др.). Опубликована расшифровка, а также включена аудиозапись эфира. Размещен в 21:00. |

**ИТОГО: 2 материала / 48 475 просмотров / 1,7%**

Приложение №3

**Количество просмотра и доля в трафике за 6 мая 2012 года для каждой страницы сайта «Радио Свобода» (www.svobodanews.ru) в выборке**

**Всего на этот день 521653 просмотров на 2993 страницы ресурса. В выборку попали только восемь материалов.**

**Виды материалов и доля просмотра**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Материал** | **Кол-во материалов** | **Кол-во просмотров** | **% от страниц выборки** | **% от просмотра всех страниц** |
| Информационная заметка | 1 | 36 351 | 15,42% | 6,97% |
| Мультимедийный репортаж | 1 | 172 123 | 73,03% | 33% |
| Видео | 2 | 7 022 | 2,98% | 1,35% |
| Интервью (+аудио) | 4 | 15 945 | 6,77% | 3,06% |
| Фотолента | 1 | 4 240 | 1,80% | 0,81% |
| **ИТОГО:** | **9** | **235 748** | **100%** | **45,19%** |

**Информационная заметка**

**Кол-во просмотров и процент предполагают данные на 5 периодов – выбранный день и кол-во просмотров в последующие 4 недели (06.05 | 07-13.05 | 14-20.05 | 21-27.05 | 28.05-03.06)**

**ИЗ №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | В центре Москвы сохраняются усиленные меры безопасности |
| **Кол-во просмотров / %** | 36351/6,97% | 10957 | 184 | 85 | 52 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.svoboda.org/content/article/24571375.html> |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/archive/ru\_news\_zone/20120506/17/17.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Небольшая новость об усиленных мерах безопасности в центре Москвы после акции. Размещен в 23:55. |

**ИТОГО: 1 материал / 36351 просмотр / 6,97%**

**Мультимедийный репортаж**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | "Марш миллионов". Навальный, Немцов, Удальцов задержаны |
| **Кол-во просмотров / %** | 172123/33% | 40001 | 995 | 349 | 272 |
| **Ссылка на материал** | http://www.svoboda.org/content/article/24571375.html |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=0&date=2012-05-06&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/content/article/24571375.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Репортаж состоящий из всех возможных мультимедийных элементов, кроме инфографики. Его главной и отличительной чертой от репортажа в других СМИ является представление хронологии события в режиме реального времени в виде коротких описаний происходящего. В самом материале использованы много фотографий, видеоиллюстрации и видеосюжеты. Кроме того, в «тело» материала вставлен блок, где также идет твиттер-репортаж. Все элементы размещены равномерно, с учетом постепенной развязки сюжета. |

**ИТОГО: 1 материал / 172123 просмотров / 33%**

**Видео**

**Видео №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Защитникам Конституции не место в храме? |
| **Кол-во просмотров / %** | 4307 | 5303 | 34 | 7 | 4 |
| **Ссылка на материал** | http://www.svoboda.org/content/article/24571453.html |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/archive/ru\_news\_zone/20120506/17/17.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Видеорепортаж о недопуске активистов группы «Россия для всех» акции в поддержку девушек из Pussy Riot в Казанском соборе Москвы. Размещен в 13:59. |

**Видео №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Как Манежную спасали от оппозиции. ВИДЕО |
| **Кол-во просмотров / %** | 2715 | 6777 | 115 | 60 | 19 |
| **Ссылка на материал** | http://www.svoboda.org/content/article/24572030.html |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/content/article/24571359.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Видеорепортаж о задержании некоторых участников акции до начала мероприятия по дороге к точке сбора. Размещен в 22:45. |

**ИТОГО: 2 материала / 26186 просмотров / 1,35%**

**Интерьвю (+аудио)**

**Интервью №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Эксперты - об "очень милом человеке" Дмитрии Медведеве |
| **Кол-во просмотров / %** | 2823/0,54% | 5140 | 720 | 13 | 7 |
| **Ссылка на материал** | http://www.svoboda.org/content/article/24571359.html |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/content/article/24571359.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Расшифровка беседы эфира одной передачи «Радио Свобода». Также прикреплена и аудиоверсия (оригинал) материала. Размещен в 12:17. |

**Интервью №2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Историк Александр Цвиров – о форуме "Антиинаугурация" и стимуле для Путина |
| **Кол-во просмотров / %** | 1189/0,23% | 1,189 | 59 | 11 | 2 |
| **Ссылка на материал** | http://www.svoboda.org/content/article/24571414.html |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-06-03&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/content/article/24571414.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Интервью с историком Александром Цвировым. Размещен в 13:42. |

**Интервью №3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Экономист Константин Сонин - о перспективах Путина и России |
| **Кол-во просмотров / %** | 1066/0,2% | 5417 | 179 | 14 | 12 |
| **Ссылка на материал** | http://www.svoboda.org/content/article/24571387.html |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-05-07&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/content/article/24571387.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Интервью с проректор Российской экономической школы Константином Сониным. Размещен в 21:34. |

**Интервью №4**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | Экономист Константин Сонин - о перспективах Путина и России |
| **Кол-во просмотров / %** | 10867/2,08% | 14990 | 44 | 13 | 5 |
| **Ссылка на материал** | <http://www.svobodanews.ru/content/article/24571999.html>  |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-05-07&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/content/article/24571387.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Интервью с главов президентского Совета по развитию гражданского общества и правам человека. Аудиозапись отсутствует. Размещен в 21:17.  |

**ИТОГО: 4 материала / 15 945 просмотров / 3,06%**

**Фотолента**

**Фотолента №1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заголовок** | "Марш миллионов" в Москве, 6 мая |
| **Кол-во просмотров / %** | 4240/0,81% | 1126 | 46 | 47 | 23 |
| **Ссылка на материал** | http://www.svoboda.org/media/photogallery/24571596.html |
| **Ссылка на статистику** | http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-04-30&pp=20&filter\_type=0&filter=svobodanews.ru/media/photogallery/24571596.html&gender=0&agegroup=0& |
| **Описание** | Фотолента об акции в Москве. |

**ИТОГО: 1 материал / 5 240 просмотров / 0,81%**

Приложение №4

Статистика посещения материалов сайта РИА Новости выборки, ранжированных по жанру и периодам

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Жанр** | **Кол-во** | **06.05.2012** | **07.05-13.05.2012** | **14.05-20.05.2012** | **21.05-27.05.2012** | **28.05-03.06.2012** | **Итого за все время** |
| **Прос-мотры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** | **Прос-мот-ры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** | **Прос-мо-тры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** | **Прос-мо-тры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** | **Прос-мо-тры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** |
| **Информацион-ная заметка** | 23 | 105394 | 32,80% | 7,57% | 85982 | 18,42% | 0,67% | 626 | 3,45% | 0,01% | 235 | 3,05% | 0,00% | 200 | 4,20% | 0,00% | 192437 | 23,50% | 0,34% |
| **МР** | 1 | 46690 | 14,53% | 3,35% | 49984 | 10,71% | 0,39% | 2463 | 13,59% | 0,02% | 613 | 7,95% | 0,00% | 518 | 10,87% | 0,00% | 100268 | 12,24% | 0,18% |
| **Видео** | 5 | 26186 | 8,15% | 1,88% | 21828 | 4,68% | 0,17% | 906 | 5,00% | 0,01% | 233 | 3,02% | 0,00% | 269 | 5,65% | 0,00% | 49422 | 6,04% | 0,09% |
| **Сюжет** | 1 | 9942 | 3,09% | 0,71% | 0 | 0,00% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% | 9942 | 1,21% | 0,02% |
| **Инфографика** | 4 | 21733 | 6,76% | 1,56% | 20827 | 4,46% | 0,16% | 861 | 4,75% | 0,01% | 253 | 3,28% | 0,00% | 169 | 3,55% | 0,00% | 43843 | 5,35% | 0,08% |
| **Фотолента** | 2 | 72247 | 22,48% | 5,19% | 202595 | 43,39% | 1,58% | 2733 | 15,07% | 0,02% | 690 | 8,95% | 0,00% | 694 | 14,56% | 0,01% | 278959 | 34,07% | 0,50% |
| **UGC** | 3 | 37916 | 11,80% | 2,72% | 77085 | 16,51% | 0,60% | 5259 | 29,01% | 0,04% | 1458 | 18,92% | 0,01% | 922 | 19,35% | 0,01% | 122640 | 14,98% | 0,22% |
| **Викторина** | 1 | 1249 | 0,39% | 0,09% | 8591 | 1,84% | 0,07% | 5282 | 29,13% | 0,04% | 4226 | 54,83% | 0,03% | 1993 | 41,83% | 0,02% | 21341 | 2,61% | 0,04% |
| **ИТОГО:** | **40** | **321357** | **100%** | **23,09%** | **466892** | **100%** | **3,63%** | **18130** | **100%** | **0,15%** | **7708** | **100%** | **0,05%** | **4765** | **100%** | **0,04%** | **818852** | **100%** | **1,47%** |

Приложение №5

Статистика посещения материалов сайта радио «Эхо Москвы» выборки, ранжированных по жанру и периодам

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Жанр** | **Кол-во** | **06.05.2012** | **07.05-13.05.2012** | **14.05-20.05.2012** | **21.05-27.05.2012** | **28.05-03.06.2012** | **Итого за все время** |
| **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** |
| Информационная заметка | 37 | 275 824 | 35,83% | 9,69% | 39 699 | 10,82% | 0,17% | 1 161 | 20,13% | 0,01% | 293 | 27,67% | 0,00% | 276 | 33,58% | 0,00% | 317 253 | 27,72% | 0,39% |
| Мультимедийный репортаж | 1 | 110380 | 14,34% | 3,88% | 8765 | 2,39% | 0,04% | 124 | 2,15% | 0,00% | 79 | 7,46% | 0,00% | 33 | 4,01% | 0,00% | 119 381 | 10,43% | 0,15% |
| Видеотрансляция | 3 | 32679 | 4,25% | 1,15% | 3229 | 0,88% | 0,01% | 127 | 2,20% | 0,00% | 64 | 6,04% | 0,00% | 78 | 9,49% | 0,00% | 36 177 | 3,16% | 0,04% |
| Видео | 3 | 53635 | 6,97% | 1,88% | 22393 | 6,10% | 0,10% | 126 | 2,18% | 0,00% | 66 | 6,23% | 0,00% | 56 | 6,81% | 0,00% | 76 276 | 6,67% | 0,09% |
| Аудио | 2 | 10722 | 1,39% | 0,38% | 7684 | 2,09% | 0,03% | 94 | 1,63% | 0,00% | 33 | 3,12% | 0,00% | 45 | 5,47% | 0,00% | 18 578 | 1,62% | 0,02% |
| Интервью | 2 | 48475 | 6,30% | 1,70% | 62187 | 16,94% | 0,27% | 229 | 3,97% | 0,00% | 99 | 9,35% | 0,00% | 63 | 7,66% | 0,00% | 111 053 | 9,70% | 0,14% |
| Фотолента (UGC) | 5 | 52277 | 6,79% | 1,84% | 179913 | 49,02% | 0,78% | 3506 | 60,78% | 0,02% | 182 | 17,19% | 0,00% | 133 | 16,18% | 0,00% | 236 011 | 20,62% | 0,29% |
| Блог (UGC) | 12 | 185 730 | 24,13% | 6,52% | 43 157 | 11,76% | 0,19% | 401 | 6,95% | 0,00% | 243 | 22,95% | 0,00% | 138 | 16,79% | 0,00% | 229 669 | 20,07% | 0,28% |
| **ИТОГО:** | **65** | **769722** | **100%** | **27,04%** | **367027** | **100%** | **1,60%** | **5 768** | **100%** | **0,03%** | **1 059** | **100%** | **0,01%** | **822** | **100%** | **0,00%** | **1144398** | **100%** | **1,41%** |

Приложение №6

Статистика посещения материалов сайта «Радио Свобода» выборки, ранжированных по жанру и периодам

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Жанр** | **Кол-во** | **06.05.2012** | **07.05-13.05.2012** | **14.05-20.05.2012** | **21.05-27.05.2012** | **28.05-03.06.2012** | **Итого за все время** |
| **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** |
| Информационная заметка | 1 | 36351 | 15,42% | 4,72% | 10957 | 12,05% | 0,45% | 184 | 7,74% | 0,01% | 85 | 14,19% | 0,01% | 52 | 13,13% | 0,00% | 47 629 | 14,44% | 0,06% |
| Мультимедийный репортаж | 1 | 172123 | 73,03% | 22,36% | 40 001 | 44,01% | 1,64% | 995 | 41,88% | 0,06% | 349 | 58,26% | 0,02% | 272 | 68,69% | 0,02% | 213 740 | 64,78% | 0,26% |
| Видео | 2 | 7022 | 2,98% | 0,91% | 12080 | 13,29% | 0,50% | 149 | 6,27% | 0,01% | 67 | 11,19% | 0,00% | 23 | 5,81% | 0,00% | 19 341 | 5,86% | 0,02% |
| Интервью | 4 | 15945 | 6,77% | 2,07% | 26736 | 29,41% | 1,10% | 1002 | 42,17% | 0,06% | 51 | 8,51% | 0,00% | 26 | 6,57% | 0,00% | 43 760 | 13,26% | 0,05% |
| Фотолента | 1 | 4 240 | 1,80% | 0,55% | 1 126 | 1,24% | 0,05% | 46 | 1,94% | 0,00% | 47 | 7,85% | 0,00% | 23 | 5,81% | 0,00% | 5 482 | 1,66% | 0,01% |
| **ИТОГО:** | **9** | **235681** | **100%** | **30,62%** | **90 900** | **100%** | **3,73%** | **2 376** | **100%** | **0,14%** | **599** | **100%** | **0,04%** | **396** | **100%** | **0,03%** | **329 952** | **100%** | **0,41%** |

Приложение №7

Статистика посещения материалов трех исследуемых ресурсов (РИА Новости, радио «Эхо Москвы», «Радио Свобода») выборки, ранжированных по жанру и периодам

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Жанр** | **Кол-во** | **06.05.2012** | **07.05-13.05.2012** | **14.05-20.05.2012** | **21.05-27.05.2012** | **28.05-03.06.2012** | **Итого за все время** | **За пост-событийный период** |
| **Прос-мотры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в выборке** | **Доля на сайте** | **Прос-мотры** | **Доля в вы-борке** | **Доля на сайте** |
| Информаци-онная заметка | 61 | 417569 | 31,47% | 8,34% | 136 638 | 14,77% | 0,36% | 1 971 | 7,50% | 0,01% | 613 | 6,54% | 0,00% | 528 | 8,83% | 0,00% | 557 319 | 24,30% | 0,30% | 139 750 | 14,46% | - |
| Мультимедийный репортаж | 3 | 329193 | 24,81% | 6,57% | 98 750 | 10,68% | 0,26% | 3 582 | 13,63% | 0,01% | 1 041 | 11,11% | 0,00% | 823 | 13,76% | 0,00% | 433 389 | 18,90% | 0,23% | 104 196 | 10,78% | - |
| Видеотрансляция | 3 | 32679 | 2,46% | 0,65% | 3 229 | 0,35% | 0,01% | 127 | 0,48% | 0,00% | 64 | 0,68% | 0,00% | 78 | 1,30% | 0,00% | 36 177 | 1,58% | 0,02% | 3 498 | 0,36% | - |
| Видео | 10 | 86843 | 6,55% | 1,73% | 56 301 | 6,09% | 0,15% | 1 181 | 4,49% | 0,00% | 366 | 3,91% | 0,00% | 348 | 5,82% | 0,00% | 145 039 | 6,32% | 0,08% | 58 196 | 6,02% | - |
| Аудио | 2 | 10722 | 0,81% | 0,21% | 7 684 | 0,83% | 0,02% | 94 | 0,36% | 0,00% | 33 | 0,35% | 0,00% | 45 | 0,75% | 0,00% | 18 578 | 0,81% | 0,01% | 7 856 | 0,81% | - |
| Интервью | 6 | 64420 | 4,86% | 1,29% | 88 923 | 9,62% | 0,23% | 1 231 | 4,69% | 0,00% | 150 | 1,60% | 0,00% | 89 | 1,49% | 0,00% | 154 813 | 6,75% | 0,08% | 90 393 | 9,35% | - |
| Фотолента | 3 | 76487 | 5,76% | 1,53% | 203 721 | 22,03% | 0,53% | 2 779 | 10,58% | 0,01% | 737 | 7,87% | 0,00% | 717 | 11,98% | 0,00% | 284 441 | 12,40% | 0,15% | 207 954 | 21,52% | - |
| Инфографика | 4 | 21733 | 1,64% | 0,43% | 20 827 | 2,25% | 0,05% | 861 | 3,28% | 0,00% | 253 | 2,70% | 0,00% | 169 | 2,82% | 0,00% | 43 843 | 1,91% | 0,02% | 22 110 | 2,29% | - |
| Сюжет | 1 | 9 942 | 0,75% | 0,20% | 0 | 0,00% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% | 0 | 0,00% | 0,00% | 9 942 | 0,43% | 0,01% | 0 | 0,00% | - |
| Фотолента (UGC) | 8 | 90193 | 6,80% | 1,80% | 256 998 | 27,79% | 0,67% | 8 765 | 33,36% | 0,03% | 1 640 | 17,51% | 0,00% | 1 055 | 17,63% | 0,00% | 358 651 | 15,64% | 0,19% | 268 458 | 27,78% | - |
| Блог (UGC) | 12 | 185730 | 14,00% | 3,71% | 43 157 | 4,67% | 0,11% | 401 | 1,53% | 0,00% | 243 | 2,59% | 0,00% | 138 | 2,31% | 0,00% | 229 669 | 10,02% | 0,12% | 43 939 | 4,55% | - |
| Викторина | 1 | 1 249 | 0,09% | 0,02% | 8 591 | 0,93% | 0,02% | 5 282 | 20,10% | 0,02% | 4 226 | 45,12% | 0,01% | 1 993 | 33,31% | 0,00% | 21 341 | 0,93% | 0,01% | 20 092 | 2,08% | - |
| **ИТОГО:** | **114** | **1326760** | **100%** | **26,49%** | **924819** | **100%** | **2,42%** | **26 274** | **100%** | **0,08%** | **9 366** | **100%** | **0,03%** | **5 983** | **100%** | **0,01%** | **2293202** | **100%** | **1,22%** | **966 442** | **100%** | **-** |

1. В столичном аэропорту Домодедово прогремел взрыв, есть погибшие // Первый канал. URL: <http://www.1tv.ru/news/crime/169493> (Дата обращения: 01.06.2013) [↑](#footnote-ref-1)
2. The Media: An Introduction // Edited by Adam Briggs, Paul Cobley — Harlow, England, 2002. [↑](#footnote-ref-2)
3. Жизнь в режиме онлайн. // Ежедневное интернет-СМИ «Православие мир». URL: <http://www.pravmir.ru/zhizn-v-rezhime-onlajn/> (Дата обращения: 01.06.2013) [↑](#footnote-ref-3)
4. Словарь иностранных слов // Комлев Н.Г. – М., 2006. (Электронный ресурс: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/22513/%D0%9C%D0%A3%D0%9B%D0%AC%D0%A2%D0%98%D0%9C%D0%95%D0%94%D0%98%D0%90>) [↑](#footnote-ref-4)
5. Интернет-СМИ: Теория и практика // Под общ. ред. Лукиной М.М. – М., 2011. – С. 342. [↑](#footnote-ref-5)
6. Новостная интернет-журналистика. // Амзин А. – М., 2011. – С. 9. [↑](#footnote-ref-6)
7. Журналистика и конвергенция: Почему и как традиционные СМИ становятся конвергентными // Под ред. Качкаевой А.Г. – М., 2010. – С. 23. [↑](#footnote-ref-7)
8. См.: Russia Internet Usage and Marketing Report // [Internetworldstats.com](file:///C%3A%5C%5CUsers%5C%5CKhurshed%5C%5CDesktop%5C%5CDocuments%5C%5CLectures%5C%5CKursovaya%5C%5CInternetworldstats.com), 2010. URL: <http://www.internetworldstats.com/euro/ru.htm> (Дата обращения 26.05.2012) [↑](#footnote-ref-8)
9. ФОМ «Интернет в России»: динамика проникновения. Зима 2012-2013гг. // 2013. URL: [http://runet.fom.ru/uploads/files/Бюллетень\_Интернет\_в\_России.Выпуск\_40.Зима\_2012-2013\_\_демо.pdf](http://runet.fom.ru/uploads/files/%D0%91%D1%8E%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%8C_%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8.%D0%92%D1%8B%D0%BF%D1%83%D1%81%D0%BA_40.%D0%97%D0%B8%D0%BC%D0%B0_2012-2013__%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%BE.pdf) (Дата обращения 02.06.2013) [↑](#footnote-ref-9)
10. ФОМ. К концу 2014 года численность интернет-пользователей составит около 80 млн человек, или 71% населения страны старше 18 лет // [Fom.ru](file:///C%3A%5CUsers%5CKhurshed%5CDesktop%5CDocuments%5CLectures%5CKursovaya%5CFom.ru), 2011 URL: <http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_int/pressr_130611> (Дата обращения 26.05.2012) [↑](#footnote-ref-10)
11. ##  Объем рынка маркетинговых коммуникаций России по итогам 2012 года // akarussia.ru, 2013. <http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id2990> (Дата обращения 02.06.2013)

 [↑](#footnote-ref-11)
12. Российская реклама снизит темп почти вдвое // Sostav.ru, 2012.
URL: <http://www.sostav.ru/news/2012/03/14/rossiyskaya_reklama_temp_zenithoptimedia/> (Дата обращения 28.05.2012) [↑](#footnote-ref-12)
13. Интернет-СМИ: Теория и практика // Под ред. Лукиной М.М. – М., 2011. – С. 341. [↑](#footnote-ref-13)
14. Там же; [↑](#footnote-ref-14)
15. Там же; [↑](#footnote-ref-15)
16. Интернет-СМИ: Теория и практика // Под ред. Лукиной М.М. – М., 2011. – С. 22. [↑](#footnote-ref-16)
17. Введение в журналистику. Учебное пособие // Цвик В.Л. – М., 2000. – С. 43. [↑](#footnote-ref-17)
18. Журналистика и конвергенция: Почему и как традиционные СМИ становятся конвергентными // Под ред. Качкаевой А.Г. – М., 2010. – С. 131. [↑](#footnote-ref-18)
19. Редактирование информационных сообщений. Учебное пособие для студентов // Лащук О.Р. – М., 2004. – С. 49. [↑](#footnote-ref-19)
20. 140 символов, которые потрясли мир // Ria.ru, 2012. URL: <http://ria.ru/infografika/20120519/651870020.html> (Дата обращения 30.05.2012) [↑](#footnote-ref-20)
21. Brazil becomes 2nd country on Twitter, Japan 3rd // Semiocast.com, 2012. URL: <http://semiocast.com/publications/2012_01_31_Brazil_becomes_2nd_country_on_Twitter_superseds_Japan> (Дата обращения 30.05.2012) [↑](#footnote-ref-21)
22. Интернет-СМИ: Теория и практика // Под ред. Лукиной М.М. – М., 2011. – С. 257. [↑](#footnote-ref-22)
23. Электронный словарь ABBYY Lingvo // Lingvo.ru, 2012. URL: <http://lingvopro.abbyyonline.com/ru/Translate/en-ru/podcast> (Дата обращения 30.05.2012) [↑](#footnote-ref-23)
24. Интернет-СМИ: Теория и практика // Под ред. Лукиной М.М. – М., 2011. – С. 264. [↑](#footnote-ref-24)
25. Круглосуточный видеоканал РИА Новости // Ria.ru, 2012. URL: <http://ria.ru/tv_mm/> (Дата обращения 30.05.2012) [↑](#footnote-ref-25)
26. Online Journalism: Research methods. A multidisciplinary approach in comparative perspective // Marcos Palacios, Javier Diaz Noci (eds.) – Bilbao, 2009. – P. 36. [↑](#footnote-ref-26)
27. Там же. С. 37 [↑](#footnote-ref-27)
28. Rambler топ / Новости и СМИ // Rambler.ru, 2012. URL: <http://top100.rambler.ru/navi/?theme=440> (Дата обращения 03.06.2013) [↑](#footnote-ref-28)
29. Новости и СМИ // Liveinternet.ru, 2012. URL: <http://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/> (Дата обращения 03.06.2013) [↑](#footnote-ref-29)
30. www.centrasia.ru [↑](#footnote-ref-30)
31. Центразия. Общие сведения // Centrasia.ru, 2012 URL: <http://www.centrasia.ru/about.php> (Дата обращения: 03.06.2012) [↑](#footnote-ref-31)
32. О компании «1000 идей» // 1000ideas.ru, 2012. URL: [www.1000ideas.ru/?page\_id=2](http://www.1000ideas.ru/?page_id=2) (Дата обращения: 03.06.2012) [↑](#footnote-ref-32)
33. База СМИ // Mlg.ru, 2012. URL: <http://www.mlg.ru/smi/bd/> (Дата обращения: 03.06.2013) [↑](#footnote-ref-33)
34. Госдума закрепляет понятие "сетевое издание" в законе о СМИ // Ria.ru, 2011. URL: <http://ria.ru/media/20110222/337495140.html> (Дата обращения 03.06.2012) [↑](#footnote-ref-34)
35. Закон РФ «О средствах массовой информации» (о СМИ) // zakonrf.ru, 2012. URL: <http://www.zakonrf.info/zakon-o-smi/> (Дата обращения 03.06.2012) [↑](#footnote-ref-35)
36. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas, 1949. H. D. Lasswell – Urbana, IL, 1948. – P. 117-130 [↑](#footnote-ref-36)
37. Code of Ethics or Canons of Journalism // American Society of Newspaper Editors – Washington, 1923. P. 10. (// см. URL: <http://www.scribd.com/doc/19499595/Canons-of-Journalism-ASNE-Code-of-Ethics-1922>) [↑](#footnote-ref-37)
38. Московская хартия журналистов. Декларация // М. – 1994. С. 1 (// см. URL: <http://www.charter1994.cjes.org/>) [↑](#footnote-ref-38)
39. Производство и импорт компьютеров в России // Ria.ru, 2012. URL: <http://ria.ru/spravka/20120425/635338208.html> (Дата обращения: 06.06.2012) [↑](#footnote-ref-39)
40. ФОМ. К концу 2014 года численность интернет-пользователей составит около 80 млн человек, или 71% населения страны старше 18 лет // [Fom.ru](file:///C%3A%5CUsers%5CKhurshed%5CDesktop%5CDocuments%5CLectures%5CKursovaya%5CFom.ru), 2011. URL: <http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_int/pressr_130611> (Дата обращения: 06.06.2012) [↑](#footnote-ref-40)
41. СМИ в пространстве Интернета // Лукина М.М., Фомичева И.Д. – М., 2005. С. 36. [↑](#footnote-ref-41)
42. Там же. С.39 [↑](#footnote-ref-42)
43. Deuze M. The Web and Its Journalisms: Considering the consequences of different types of newsmedia online. New Media and Society. City London Sage, 2003. P. 208-211. (//см. Электронный ресурс: https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/6602/Deuze%20NMS2003.pdf?sequence=1) [↑](#footnote-ref-43)
44. About Pete Blackshaw // [www.tell3000.com](http://www.tell3000.com), 2012. URL <http://www.tell3000.com/about> (Дата обращения: 19.06.2012) [↑](#footnote-ref-44)
45. Статистика сайта «РИА Новости: главные новости часа» с 7 по 13 мая. Суммарные // Liveinternet.ru, 2012. URL: <http://www.liveinternet.ru/stat/rian.ru/pages.html?date=2012-05-07;period=week;total=yes> (Дата обращения: 18.06.2012) [↑](#footnote-ref-45)
46. Статистика сайта «РИА Новости: главные новости часа» с 7 по 13 мая. Среднесуточные // Liveinternet.ru, 2012. URL: <http://www.liveinternet.ru/stat/rian.ru/pages.html?date=2012-05-07;period=week;total=no> (Дата обращения: 18.06.2012) [↑](#footnote-ref-46)
47. Страницы | "РИА Новости" с 14 по 20 мая. Неделя // Рейтинг@mail.ru, 2012. URL: <http://top.mail.ru/pages?id=331653&period=1&date=2012-05-20&pp=20&gender=0&agegroup=0&> (Дата обращения: 30.05.2012)

Страницы | Радио "Эхо Москвы" с 14 по 20 мая. Неделя // Рейтинг@mail.ru, 2012. URL: <http://top.mail.ru/pages?id=51076&period=1&date=2012-05-20&pp=20&gender=0&agegroup=0&> (Дата обращения: 30.05.2012)

Страницы | Радио Свобода с 14 по 20 мая. Неделя // Рейтинг@mail.ru, 2012. URL: <http://top.mail.ru/pages?id=959355&period=1&date=2012-05-20&pp=20&gender=0&agegroup=0&> (Дата обращения: 30.05.2012) [↑](#footnote-ref-47)