

Особенности электронной рассылки лайфстайл-изданий (на примере проекта Seasons Project)

Научный руководитель – Агафонова Мария Александровна

Сафронова Елизавета Петровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: liza.safronova.2004@gmail.com

Одна из задач современных медиа – привлечение и удержание целевой аудитории. Электронная, или имейл-рассылка является инструментом, который формирует лояльность к медиабренду. Лайфстайл-издания активно используют данный способ коммуникации с читателем. В частности, российский независимый лайфстайл-проект *Seasons Project* делает регулярные электронные рассылки. Они совмещают в себе черты нескольких журналистских жанров, при этом носят неформальный характер, создавая эффект личного общения.

Имейл-рассылка представляет собой формат, который характеризуется особым способом и типом передачи сообщения (массовая рассылка с помощью электронной почты), и может включать в себя тексты разной функционально-жанровой принадлежности. Электронные рассылки *Seasons Project* по жанру можно разделить на два типа: дайджесты и письма.

Дайджест – краткий обзор материалов со ссылками на них. Ему присущи черты, позволяющие эффективно взаимодействовать с аудиторией. Так, дайджест, направленный на снижение информационного шума, встречают положительный отклик среди читателей. Е. Ю. Поселенова, Д. Д. Шаполова отмечают: «Они [дайджесты] сокращают необходимость просматривать большое количество новостных лент, предоставляя только самую важную и релевантную информацию» [Поселенова: 2024, 105]. Помимо этого, дайджесты выполняют рекламную функцию. Потенциальный читатель, увидев в рассылке заголовок, может перейти на сайт, чтобы прочитать материал полностью.

Кроме дайджестов, имейл-рассылка *Seasons Project* содержит письма. А. А. Тертычный выделяет такие признаки жанра письма, как «форма непосредственного обращения автора к адресату» и «стремление автора побудить адресата к неотложным, активным действиям» [5]. В письмах редакция создает эффект персонификации благодаря неформальному обращению к читателю: «Привет, пишет команда *Seasons*». Вторая черта – побуждение к действию – выражена в конце писем с помощью выводов или пожеланий, которые формируют позитивный образ редакции.

Каждый вид имейл-рассылки *Seasons Project* имеет свою фиксированную структуру. Дайджесты состоят из заголовка, приветствия, лида и перечня материалов; письма – из заголовка, приветствия, лида с рассказом о том, от кого это письмо, авторского текста с фотографиями из личного архива, пожелания, подписи. Особенности стиля авторов не влияют на общую структуру – она остаётся неизменной.

Содержание и дайджестов, и писем соответствует лайфстайл-тематике. Например, в письмах рассказывается о путешествиях, внутренней кухне редакции, личных переживаниях авторов. Новостным поводом могут быть праздники, наступление нового месяца или сезона. Особый случай – письмо от 24.02.2025, которое содержало только слова митрополита Антония Сурожского о мире. Таким образом редакция обозначила повестку и выразила своё отношение к происходящим событиям.

Стилистика рассылок нетипична для публицистических текстов (неформальное обращение к читателю, частое употребление личного местоимения «я», жаргонных слов, варваризмов), однако в данном случае она работает на сближение с аудиторией. Такие приемы, как несобственно-прямая речь, риторические вопросы повышают эмоциональность текстов и также способствуют читательской вовлеченности.

Таким образом, электронная рассылка лайфстайл-проекта *Seasons Project* представляет собой редакционные материалы двух типов: дайджест и письма. Каждый тип характеризуется устойчивой структурой, определенной тематикой, особой стилистикой и нацелен на сокращение дистанции между редакцией и аудиторией, установление доверительных отношений с читателями, а значит, повышение лояльности к медиабренду.

Источники и литература

- 1) Лазутина, Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2010. No. 6. С. 14-21.
- 2) Лапшов, Б. А. Дайджест-библиотека – инструмент понимания для человека дела // Теория и практика общественно-научной информации. М., 1990. – Вып. 10. – С. 148–155.
- 3) Месеняшина, Л. А. И еще раз о жанре и формате // Вестник ЧелГУ. 2014. No. 26 (355). С. 73-75.
- 4) Поселенова, Е. Ю. Специфика редакторской подготовки дайджеста для публикации в социальных сетях / Е. Ю. Поселенова, Д. Д. Шаполова // Виртуальная коммуникация и социальные сети. 2024. Т. 3. No. 2(10). С. 102-110.
- 5) Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 320 с. – URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 01.03.2025).