

Либерально-демократические ценности / Journal of liberal democratic values <https://liberal-journal.ru>

2022, №2 Том 6 / 2022, No 2, Vol 6 <https://liberal-journal.ru/issue-2-2022.html>

URL статьи: <https://liberal-journal.ru/PDF/07KLLD222.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Анищенко, К. Л. Особенности новостного контента в современных интернет-СМИ / К. Л. Анищенко // Либерально-демократические ценности. — 2022. — Т. 6. — № 2. — URL: <https://liberal-journal.ru/PDF/07KLLD222.pdf>

For citation:

Anishchenko K.L. Features of news content in modern online media. *World of Science. Pedagogy and psychology*, 6(2): 07KLLD222. Available at: <https://liberal-journal.ru/PDF/07KLLD222.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 070.1

Анищенко Ксения Леонидовна

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия
Заведующая кафедрой «Цивилизационной журналистики»
E-mail: invessticia@mail.ru

Особенности новостного контента в современных интернет-СМИ

Аннотация. Сегодня есть люди, которые вообще не используют для получения информации традиционные СМИ. Для них гораздо важнее новости из интернета. Поэтому работникам традиционных СМИ потребовалось время, чтобы адаптировать содержимое изданий для интернет-платформ, чтобы не потерять аудиторию. Для того, чтобы уметь работать с новыми сервисами, журналисты должны изучать новые форматы, уметь работать с инструментами мультимедиа, посещать тренинги по мультимедийной журналистике. В статье рассматривается контент, который включает в себя: интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, а также проанализированы новые цифровые форматы для онлайн-изданий.

Ключевые слова: СМИ; журналистика; новость; интернет-СМИ; новостной контент

Интернету понадобилось двадцать лет на то, чтобы стать основным источником информации. Сегодня мы не представляем без него своей жизни. Общество вступило на новую ступень развития в условиях усиленного влияния информации на прогресс человечества. Факторами эффективного функционирования социально-экономических систем являются быстрота получения, объем и качество информации. В наши дни интенсивно развиваются цифровые технологии, а за ними и цифровые средства массовой информации.

Появление новых каналов коммуникации обеспечивает пользователю доступ к телевидению, радиовещанию, к всемирной сети газет, журналов, информационных агентств. С появлением интернета, появилась «новая» журналистика. Мы видим все больше интерактивных электронных изданий. Со времени ее появления медиа потребительские привычки меняются с каждым днем. За несколько лет мобильный телефон стал для людей не только средством связи, но и персональным медиа. Мультипликацию спровоцировала цифровая революция. Также изменились запросы потребителя. Люди стали по-другому воспринимать информацию. Соответственно и потребление стало другим. Доведение информации до масс требует изменения принципов планирования и продвижения материалов, приобретение и развитие новых навыков для журналистов и редакторов, использование новых источников мультимедийной информации, новых подходов освоения дополнительных каналов распространения, упаковки контента в форматы, ранее не существовавшие.

Именно поэтому сегодня появляются новые форматы, платформы и профессии в сфере журналистики. Пользователь может получать новости в любом месте и в любое время: во время приема пищи, на учебу, на работе, занимаясь спортом, стоя в очереди и даже на ходу. Технические обновления расширяют возможности потребления информации.

Некоторые журналисты считают, что информацию нужно обрабатывать, учитывая жанры журналистских текстов. Другие полагают, что жанровая принадлежность не так важна. Чтобы было удобно читателю, автор текста должен выбрать подходящую форму для своего материала. Так, читатель сможет узнать жанр и понять, что за информация ему предстоит узнать.

Сегодня общество невозможно представить без новостей. Молодые журналисты в основном занимаются новостными заметками. Так как этот жанр относительно простой. Но написать достойную новость весьма нелегко. Чтобы создать информационное сообщение журналист должен найти информационный повод. Обычно это какое-либо событие. Оно будет являться основой сообщения и будет привлекать интерес аудитории. Главное назначение для информационных жанров — оперативно рассказать о фактах действительности. Содержательный признак информационных жанров — злободневный факт. Информация может быть общая (которая удовлетворяет интересы всех читателей) и выборная (более специализированная информация). Самое важное — новизна сообщаемого факта или события, оперативность. Также должен быть событийный повод.

Существует классификация информационных жанров по Максиму Николаевичу Киму. Рассмотрим ее подробнее.

Первый тип — заметка. Ее структура: заголовок — лид-абзац — зачин — подробности. Это обусловлено тем, что главная функция этого жанра заключается в передаче актуальных новостей.

Второй вид — репортаж. Он сочетает в себе несколько жанров. Например, в структуре репортажа могут присутствовать элементы и отчета, и зарисовки, и интервью, и корреспонденции и т. п. Отличительная черта: динамично развивающееся действие.

Третьим видом является интервью [2]. Среди разновидностей интервью выделяют: событийные, проблемные (аналитические), портретные, интервью-диалог и монолог. С учетом этих особенностей и строится композиция той или иной публикации. Сегодня в мире совершается очень много различных событий, и журналист должен полностью осветить то, что происходит. Но в изданиях есть ограничения по символам. Поэтому журналистам нужно использовать небольшие публикации. Для этого используются заметки.

Есть несколько видов заметок. Стоит рассмотреть некоторые из них. Событийные заметки занимают основное пространство в периодической печати. Содержание таких заметок — факты. В отдельный жанр заметку выделяют из-за предмета отображения. Им чаще всего являются события. Анонс строится на информации о будущих всевозможных культурных мероприятиях, выставках, концертах. Почти нет таких изданий, в которых нельзя было бы увидеть анонс. Так как люди ищут эти заметки, чтобы посетить всевозможные мероприятия, которые сейчас проходят.

Аннотация — это вид заметки [4]. Предметом отображения является состоявшееся информационное явление. Цель аннотации — это краткое описание качества события. В аннотации указывают основные пункты возникшего феномена. Аннотация используется в специализированных периодических изданиях. Но также встречается и в других. Обычно, чтобы написать новость используют «принцип перевернутой пирамиды». Это рассказ о произошедшем событии с нарушением хронологической последовательности. А именно — в порядке убывания важности. Для того, чтобы было более понятно этот принцип изображают в

виде перевернутого треугольника. В основании, которое находится сверху, должны быть краткие ответы на главные вопросы: «Что? Когда? Где? Как?». Расширение информации идет далее, в основной части. В конце обычно встречается дополнительная информация, которая уступает по степени важности информации в начале материала.

Тема новости — это конкретная ситуация, связанная с ситуацией проблемного характера. У новости также есть свойства: актуальность и близость [3]. Если рассматривать новость как жанр СМИ, то — это исторически сложившийся формат представления информации, который является универсальным. Новостные сообщения и новостные потоки высокотехнологичны, понятны и доступны, поэтому они являются одним из основных инструментов СМИ. Новости связаны в единую систему массовых коммуникаций. Это становится возможным потому, что новости меньше всего подвергаются влиянию редакционной политики. Также важно заметить, что они, как правило, рассчитаны на то, чтобы привлечь внимание потенциальной аудитории. Поэтому к новости, как и к другим жанрам, применяются особые требования.

Сегодня люди редко читают большие тексты. Так как у них не хватает времени. Люди не любят сухие тексты. Поэтому новостям, должна быть присуща краткость, простота, сдержанность, точность, отсутствие оценки. Для этого журналист может использовать художественно-образительные средства и различные обороты речи. Журналист пишет новость. А затем редактор должен проверить текст. Ему необходимо обладать специальными навыками: уметь отделять главную информацию от второстепенной, разбираться в достоверности фактов, и ориентироваться в информации, поступающей извне. Чтобы занять место в издании материал должен содержать социально значимые факты. Чтобы выбирать из множества фактов достоверную и нужную информацию редактор должен руководствоваться потребностями потенциальной аудитории, политикой редакции.

Своеобразие новостной журналистики в оперативности сообщений о новых событиях. Журналист является человеком, который первым доносит до читателя сведения, которые мы называем «новость». Сегодня в мире переизбыток информации. Поэтому сложно найти правдивые новости. Чтобы получить качественную «новость» нужно выполнить ряд требований к их параметрам качества. Качественная новость должна соответствовать следующим требованиям: содержательность, оперативность, лаконичность, технологичность, оперативность, понятность, новизна, актуальность, значимость, достоверность, объективность, интересность, стандартность [1].

Журналисты, которые пишут новости, обычно первыми узнают самые новые и интересные факты. Затем в голове формируется представление о событии. А затем они передают его через новости обществу. Чтобы сделать это правильно журналист должен находить актуальное и важное в обыденных вещах. Сегодня в мире присутствует разнообразие информации. А обычному человеку тяжело отбирать стоящую информацию. Поэтому журналист отбирает факты и выстраивает их в верной последовательности, чтобы составить определенную картину. Можно сказать, что новостная журналистика несет в себе и воспитательную функцию, так как она помогает человеку сориентироваться в выборе духовных ценностей. Чаще всего жизнь простого гражданина это однообразная работа. Поэтому специально подготовленные новости могут стать средством отвлечения от ежедневной рутины. Сегодня в СМИ преобладают публикации в жанре новость. Так как новостные сообщения понятны, доступны и лаконичны.

Качественная новость должна быть оперативной, актуальной, достоверной. Поэтому журналисту нужно проверять факты, быстро работать и уметь находить новое и значимое и интересное даже там, где его этого быть не должно. А также редактору нужно проверить новость на ошибки и придать ей нужный вид.

Несколько лет назад новости начали выходить на новую платформу — интернет. Они стали встречаться не только в традиционных СМИ. В начале 2000-х люди заметили, что онлайн-проекты становятся успешными, а также рынок рекламы набирает обороты. Поэтому крупные медиахолдинги начинают выходить в сеть.

Интернет — пространство объединило различные способы донесения информации до аудитории. И визуальная информация стала играть все большую роль. Так и появились новые форматы новостей, о которых мы поговорим в следующем пункте. Выявлено, что история интернет-СМИ началась с появлением интернета. Изначально издания были в виде текстовых документов. Потом появились СМИ в онлайн-пространстве. Проанализированы научные источники по теме новости и доказано, что новость, как тогда, так и сейчас остается в центре внимания. Невозможно представить издание без новостных заметок. Они бывают разных видов. В основном, для написания новостей используется «принцип перевернутой пирамиды». Отметим, что новостная журналистика это не просто сухая передача фактов, это большой труд.

Сегодня медиaprостранство стремительно меняется. И поэтому предсказать то, что происходит в мире нельзя, мы можем лишь представить, как и каким образом новости будут выглядеть и распространяться. Именно поэтому старые алгоритмы построения новостей будут неприменимы для сегодняшнего дня.

Индустрия новостей в 2017-ом году столкнулась с хорошо известными проблемами, связанными с привлечением и удержанием аудитории. Существует конкуренция со стороны всех других источников внимания в интернете, проблема поддержания бизнес-моделей и необходимость постоянно справляться с растущей дезагрегацией новостей по технологическим платформам [5]. Одним из возможных ответов на эту ситуацию является разработка новых форматов, предназначенных для новостей. Форматы, которые лучше соответствуют привычкам людей, контекстам и технологиям, или лучше отвечают потребностям пользователей. Разработка и популяризация полезных и привлекательных новых форматов может сделать новостные сюжеты более узнаваемыми при агрегировании и использовании на других платформах, а также предоставить людям более веские причины для посещения исходных сайтов и приложений. Учебники не предоставляют классификации «сегодняшнего контента». Но Тристан Ферне — продюсер исследовательской веб-службы «ВВС» в своей колонке представил 12 новых цифровых форматов для онлайн-изданий [7].

1. Короткое и вертикальное видео. Впервые такой формат роликов появился в «Instagram» летом 2016-го года. Затем тенденцию подхватили «Facebook», далее другие соц. сети и площадки. По данным «Mobilemarketer», в 98 % случаев смартфоны используются вертикально [6]. Поэтому и появился подобный формат. Как правило, размер этого видео 9/16. Разрешение 1280x720. Длина ролика от 6 до 20 секунд. Часто на видео мы можем увидеть историю, взгляды очевидцев. С помощью этого формата мы можем легко показать, что действительно происходит. Примеры подобных видео мы можем увидеть в сториз в «Инстаграме». Это может быть видео с текстом, иногда описательным, иногда субтитрами. Иногда не используется исходное видео, а вместо этого используются фотографии для создания слайд-шоу, возможно, с эффектами.

2. Горизонтальные «истории» («Stories»).

3. Лонгриды-«скроллителлинги». Лонгрид удобен в прочтении, так как его можно просмотреть с разных электронных носителей. Большие материалы с изображениями хорошо проскролляются. Для каждого лонгрида предусмотрена уникальная верстка и дизайн. Мы часто можем увидеть этот формат в изданиях. Его стали часто использовать.

4. Структурированные новости — это оперативная информация. Это сообщения о различных событиях. Она обычно представляет интерес для аудитории: политический,

социальный или экономический. Новости также — это ответ на пять вопросов: кто, что, когда, где и почему. Это выглядит, как структурированные новостные блоки, из которых можно быстро составить материал. Такие публикации иногда называют «атомизированными» новостями.

5. Блог-трансляции — это процесс непосредственной передачи телевизионного или радиосигнала с первого дубля с места проведения записи в интернет-эфир. Сегодня трансляция в режиме онлайн — это процесс, с помощью которого предоставляется возможность осветить событие со всех сторон. Пользователи могут подключаться к ней на протяжении всей трансляции. И они будут видеть все, что происходит в данный момент. Но также бывает и простая съемка происходящего. Сегодня в некоторых редакциях есть технологические новинки для съемки онлайн — это дроны. С помощью них можно получить еще более качественную съемку.

6. Листиклы — материал, состоящий из списков. Заголовок равен содержанию и четко отождествляет смысл статьи. Поэтому читатель знает, что ожидать от текста по содержанию и объёму.

7. Рассылки.

8. Таймлайны. Таймлайн — визуальное представление каких-либо событий, явлений, лиц или предметов в хронологическом порядке; временная шкала [5].

9. Чат-бот.

10. Персонализированные материалы — публикации, подстроенные под интересы пользователя. Обычно это происходит так: аспекты материала автоматически персонализируются. Публикация адаптируется под каждого пользователя. Блоки основываются на контенте, потребленным читателем до этого или на интересе к тематикам, просматриваемым в прошлом. Это используется для большей вовлеченности каждого читателя в отдельности. Обычно персонализация строится на основе информации о пользователе. Такой способ помогает расширить читательскую аудиторию и повысить ее лояльность.

11. Визуализация данных — использование графиков, таблиц, интерактивных элементов в СМИ. Обычно этот формат можно встретить в материалах с большим количеством данных, статистической и научной информации. Это могут быть как простые таблицы, так и сложная интерактивная визуализация. Сегодня в России инфографику активно используют в онлайн-изданиях.

12. Виртуальная реальность.

Таким образом, на сегодняшний день произошло множество изменений, благодаря которым сегодня мы видим издания в сети интернет такими, какие они есть. Основной жанр, который встречается на сайтах изданий — это новость, главное назначение которой оперативно рассказать о событии, явлении, факте. Журналист, работающий в современной редакции, должен знать теорию и иметь навыки для того, чтобы создать новость, которая будет интересна для читателя. Сегодня медиaprостранство меняется с большой скоростью. Вид и способ распространения новостей соответственно тоже, поэтому появляются новые форматы новостей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Благов, Ю.В. Традиции и новаторство в журналистике погружения / Ю.В. Благов // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева — 2019. — № 4. — 46 с.
2. Волкова, И.А. Игровые форматы мультимедийной журналистики / И.А. Волкова. — М.: Российский университет дружбы народов, 2014. — С. 105–110.
3. Грабельников, А.А. Экранная коммуникация и визуализация журналистики / А.А. Грабельников, Н.С. Гегелова. — Тверь: ТвГУ, 2019. — С. 205–209.
4. Градюшко, А. Современные мультимедийные форматы аналитических жанров журналистики / А. Градюшко // Белорусский государственный университет. — 2015. — С. 192–197.
5. Caswell, D. Structured Journalism and the Semantic Units of News / D. Caswell // Routledge Journals, Taylor & Francis ltd. — 2019. — P. 215–219.
6. Fawzy, R.M. Neoliberalizing news discourse: A semio-discursive reading of news gamification / R.M. Fawzy // Sage Publications inc. — 2019. — P. 497–515.
7. Glogger, I. Journalistic Views on Hard and Soft News: Cross-Validating a Popular Concept in a Factorial Survey / I. Glogger // Sage publications inc. — 2019. — P. 811–829.

Anishchenko Kseniya Leonidovna

Institute of World Civilizations, Moscow, Russia

E-mail: invessticia@mail.ru

Features of news content in modern online media

Abstract. Today there are people who do not use traditional media to obtain information at all. For them, news from the Internet is much more important. Therefore, it took time for traditional media workers to adapt the content of publications for online platforms so as not to lose the audience. In order to be able to work with new services, journalists must learn new formats, be able to work with multimedia tools, attend trainings in multimedia journalism. The article discusses content that includes: interactivity, hypertextuality, multimedia, and also analyzes new digital formats for online publications.

Keywords: media; journalism; news; online media; news content