

Кроссмедийная адаптация политических новостей в интернет-изданиях и социальных медиа (на примере «Коммерсанта» и «Российской Газеты»)

Научный руководитель – Каверина Елена Анатольевна

Евтушенко Елизавета Алексеевна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра медиадизайна и информационных технологий, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: liza.evtushenko.02@bk.ru

Кроссмедийная адаптация политических новостей в интернет-изданиях и социальных медиа становится важной проблемой в изменяющемся медиaprостранстве. Анализ материалов «Коммерсанта» и «Российской Газеты» позволяет выявить стратегии трансформации традиционных журналистских форматов в цифровую среду.

Научная проблема заключается в адаптации политических новостей к современному информационному пространству, включая взаимодействие традиционных журналистских практик с новыми формами медиapредставления.

В качестве теоретической базы исследования использованы работы российских исследователей, посвященные проблеме медиаконвергенции и кроссмедийной адаптации. Это работы: Е.А. Барановой «Конвергентная журналистика», И.И. Карпенко «Конвергенция жанров и форм в современной журналистики», А.А. Никитенко «Интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность как типологические признаки сетевых изданий», А.С. Юферевой «Технологическая конвергенция как фактор трансформации института СМИ».

В исследовании были использованы следующие методы: анализ научной литературы, контент-анализ, сравнительный анализ. Эмпирическую базу исследования составили материалы политического характера интернет-издания «kommersant.ru» и «RG.RU» и социальных медиа за один и тот же период.

С развитием информационных технологий электронные версии печатных СМИ подвергаются конвергенции, что упрощает распространение информации в интернете. Для привлечения аудитории СМИ адаптируют контент под различные онлайн-платформы с использованием мультимедийных элементов, что делает конвергенцию и кроссмедийную адаптацию ключевыми этапами развития массовой информации [1].

В результате теоретического анализа было определено, что термин "кроссмедийность" обозначает производство, распространение и адаптацию контента на различных интернет-площадках [2].

Освещение политики является одной из самых обширных областей журналистики. А политическим освещением по праву считается новостной контент.

Исследователи выделили латентные особенности, которые влияют на журналистов при создании политического контента, такие как фильтрация источников, структурный перекос в ветвях власти, освещение событий в зависимости от значимости стран и фокус на стратегиях развития событий, формирующих политическую повестку дня [5].

В связи с трансформацией интернет-площадок, неотъемлемой частью изучения становятся процессы распространения информации в онлайн-среде.

Глобализация и дигитализация оказывают значительное влияние на распространение информации в интернете [4]. Подходы к созданию информационного продукта: интерактивность и гипертекстуальность влияют на непосредственное участие читателей в политической коммуникации и посещаемость. Способы подачи информации: мультимедийность

и новостные жанры, помогают сделать контент привлекательным и удобным для кросс-медийных площадок [3].

Исследование материалов показало, что для новостей политического характера журналисты делают фильтрацию источников информации, выбирая влиятельные медиаорганизации, значимых политических акторов и государственные организации. Страны освещаются по значимости происходящих в них событий, особенно военных действий.

Адаптируясь к различным платформам применяются мультимедийные подходы к созданию медиапродуктов. Интерактивность характерна для обоих изданий и их кроссмедийных платформ, с использованием как внутренних, так и внешних гипертекстовых ссылок. Большинство публикаций содержит визуальные элементы. В интернет-изданиях и социальных медиа авторы предпочитают три жанра: жесткую и мягкую новости, а также информационные сообщения.

При исследовании были выявлены следующие общие особенности адаптации в интернет-изданиях: для размещения контента газеты используют все структурные элементы, которые присущи новости (заголовок, подзаголовок, лидовый абзац, основное тело и заключение). Также оба издания на сайте предпочитают использовать два вида жанра – жесткая новость и мягкая новость.

Что касается различий, то для размещения контента «Коммерсантъ» использует различного вида мультимедиа, практически в каждом материале, а издание «Российская газета» использует мультимедиа в меньшей степени, так как большинство материалов являются законодательными актами.

Исследуя публикации в Telegram-каналах газет, были замечены следующие общие особенности: при адаптации контента на платформу перешли не все новости с сайта, а только актуальные и важные события. Также новости значительно уменьшились в объеме. Многие материалы не имеют заголовков, а если они есть – видоизменены.

При адаптации материалов в социальной сети ВКонтакте были выявлены общие особенности, связанные с уменьшенным количеством материалов, с уменьшением объема и структурными изменениями.

Важно отметить, что в социальной сети ВКонтакте «Коммерсантъ» у политических новостей отсутствуют заголовки, в то время как в «Российской газете» заголовки существуют, но зачастую подвержены изменению.

Таким образом, на примере материалов двух общественно-политических изданий, выявлено, что политические новости имеют свои особенности при написании, а также при переходе с одной платформы на другую видоизменяются по объему информации, по сохранению структурных элементов, по наличию заголовков и мультимедийных элементов.

Источники и литература

- 1) Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика :учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. – М.:Издательство Юрайт, 2015. – 269 с.
- 2) Карпенко И. И. Конвергенция жанров и форм в современной журналистике [Электронный ресурс]. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2021.
- 3) Никитенко А. А. Интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность как типологические признаки сетевых изданий [Электронный ресурс] ВЕСТНИК ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. [U+2012] 2009.
- 4) Юферева А. С. Технологическая конвергенция как фактор трансформации института СМИ (по результатам социологического исследования) / А. С. Юферева, Ю.

С. Кухаренко // Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Екатеринбург, 25–26 апреля 2019 г.). В 2-х ч. — Ч. 1. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019.

- 5) Albæk E., Hopmann D. N., Skovsgaard M. (2019). Political Coverage. In T. P. Vos, & F. Hanusch (Eds.), The International Encyclopaedia of Journalism Studies Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0213>