Валентина Евгеньевна ЕРШОВА

ТИПОЛОГИЗАЦИЯ ТОМСКИХ НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ[1]

В публикации рассматривается проблема типологизации новостных интернет-изданий в границах томской медиасистемы. Обосновывается значимость изучения этой проблемы для теории и практики журналистики. Предлагается алгоритм решения заявленной проблемы: перечисляются и описываются процедуры типологизации томских новостных медиа.

Ключевые слова: *новостное интернет-издание, новостной сайт, новостная журналистика, томская медиасистема, типология СМИ.*

Valentina E. ERSHOVA

TYPOLOGIZATION OF TOMSK ONLINE NEWS MEDIA: ESTABLISHING THE RESEARCH PROBLEM[2]

The article deals with the problem of typologizing online news media within the boundaries of the Tomsk media system. The significance of studying the issue for the theory and practice of journalism is substantiated. The algorithm for solving the stated problem is proposed: the procedures for typologizing Tomsk news media are listed and described.

Keywords: *online news media, news website, news journalism, Tomsk media system, media typology.*

Актуальность. В связи с быстрыми темпами технологического развития, повсеместной цифровизацией всех сфер общества активно и постоянно изменяется медиасфера и журналистика в частности: влиянию этих процессов подвержены медиасистемы всех уровней, в том числе региональные. Одно из следствий этих тенденций – размывание границ разных типов СМИ (см., например: [Деева, Клеменова 2022], [Сухов 2005]).

Для теории журналистики определение типологических характеристик средств массовой информации важно, так как на этом основании исследователи могут последовательно описывать медиасистемы самых разных уровней. Построение типологии СМИ значимо и с точки зрения практики. Полученные данные могут быть

[1] Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00511, https://rscf.ru/project/22-18-00511/

[2] The study is supported by Russian Science Foundation, project No. 22-18-00511, https://rscf.ru/project/22-18-00511/

полезны для новых новостных интернет-изданий, которые только определяют свою нишу на медиарынке, а также для редакций, которые давно занимаются новостями, но при этом стараются подстраивать свою информационную деятельность под новые тенденции в медиасфере.

Для нас представляют интерес именно новостные интернет-издания, типологию которых сложно смоделировать по нескольким причинам (к примеру, см. описание этой проблемы в [Лазуткина 2009], [Hamilton, Tworek 2017]).

Во-первых, типологические характеристики интернет-изданий не прослеживаются на уровне нормативных документов. В частности, если новостной сайт зарегистрирован в Роскомнадзоре, он может относиться как к типу сетевого издания, так и к информационному агентству ([Федеральный закон N 2124-1. Статья 2)], [Федеральный закон N 2124-1. Статья 23]), но явные дифференцирующие признаки сетевых изданий закон не прописывает. Более того, существуют определенные сложности и в интерпретации правового статуса информационных агентств [Елкин, Чирич 2020].

Во-вторых, понятие новости и новостной журналистики также сложно поддается какому-то однозначному описанию (см, например, [Ахмадулин 2020], [Hamilton, Tworek 2017]). События или факты, на основе которых может быть написана новость, по-разному оцениваются новостными редакциями, которые устанавливают свои правила информационной политики.

В-третьих, современный новостной сайт, даже сайт информационного агентства, – это не только опубликованные новости. Редакции стараются расширять границы предлагаемого медиапродукта, например, за счет больших аналитических материалов, интервью, масштабных медиапроектов и др.

В-четвертых, редакции не просто по-разному выстраивают свою информационную политику: «самоидентификация» медиа, которое публикует новости, может быть основана на каком-то параметре, не имеющем отношения напрямую к новостям как таковым. Например, СМИ может характеризоваться как «городское медиа», «городской портал», которое пишет о проблемах города, в том числе и в новостном формате.

Таким образом, эти проблемы не позволяют выстроить простую типологию на основе параметров одного уровня. Тем не менее, считаем задачу типологизации новостных медиа на базе нескольких разноуровневых параметров выполнимой.

Исследовательская задача. С учетом перечисленных трудностей мы решаем проблему типологизации новостных интернет-изданий на региональном (и, в частности, городском) уровне. В центре внимания, таким образом, находятся новостные интернет-издания, совокупность которых мы определяем как подсистему томской медиасистемы. Задача настоящей работы – выявить методики, процедуры типологизации местных новостных интернет-изданий для построения типологической модели в будущем.

Для составления типологии СМИ мы отобрали два информационных агентства РИА «Томск» и НИА «Томск», два новостных портала vtomske.ru, tomsk.ru, городское интернет-издание «Томский обзор», интернет-редакцию ГТРК «Томск», несколько веб-версий печатных газет общественно-политической и общей тематики. (Мы учитывали также особенности ныне закрытого сайта ТВ-2). Подчеркнем, что в этой публикации мы не характеризуем сами СМИ. Наша задача – определить алгоритм для последующей типологизации отобранных медиа.

Результаты. Определим этапы построения типологической модели новостных интернет-изданий в границах томской медиасистемы. Чтобы решить эту задачу, мы планируем сопоставить качественные и количественные параметры. Для получения этих данных мы разработали алгоритм анализа отобранных новостных сайтов. Он состоит из нескольких этапов.

Этап 1. Анализ сведений о медиа на основе свидетельств о регистрации СМИ. Эти данные позволят определить формальные параметры отобранных новостных медиа.

Этап 2. Анализ структуры сайта. Такое описание сайтов поможет определить место новостных лент среди других разделов.

Этап 3. Качественный анализ позиционирования медиа. Здесь важно учитывать то, как идентифицирует себя редакция, как она определяет свою миссию, в каком контексте упоминается новостная деятельность, как редакции видят городскую и региональную повестку. Например, «Томский обзор» позиционирует себя как «*город, люди, бизнес, еда и развлечения в интересных историях, новостях и фотографиях. Нас читают жители Томска, Москвы и других мест*» [Томский обзор 2023].

Этап 4. Качественный анализ на основе данных полуструктурированных интервью, проведенных в 2022–2023 гг. с представителями томского медиасообщества. На этом этапе анализируется то, как представители томской новостной онлайн-

журналистики определяют характер новостных изданий, новостных материалов, как они представляют взаимодействие субъектов томской медиасистемы в аспекте сбора, обработки и распространения новостей о городе и регионе. Например, важной вехой в становлении новостных порталов в Томске респонденты считают появление на этих сайтах новостных лент с «собственными новостями», то есть с информационными материалами, полностью подготовленными редакцией конкретного интернет-портала (до этого, как отмечают респонденты, новостная политика первых порталов строилась на переписывании– «рерайте» – новостей). Кроме того, на основе ответов респондентов можно понять, на какие события, факты, а также профессиональные ценности ориентируются журналисты той или иной редакции при подготовке новостей.

Этап 5. Количественный анализ новостных материалов на каждом сайте. Планируется провести сравнительный анализ средних значений количества новостей и материалов из других разделов. На основе статистических показателей мы хотим понять, какие из рассматриваемых сайтов в большей степени сосредоточены на новостях, а также определить то, как эти количественные показатели соотносятся с данными качественного анализа.

Таким образом, с учетом того, что в основу типологии лягут характеристики разного уровня и порядка, типологическая модель будет многослойной, но с выраженным центром и периферией.

Список литературы:

Ахмадулин Е. В. «Новость» как основа журнализма // Гуманитарный вектор. 2020. №5. С. 149–154.

Деева И. В., Клеменова Е. Н. Изменение типологии сетевого СМИ под давлением конвергентных процессов // Вестник ВУиТ. 2022. №1 (37). С. 47–53.

Елкин М. А., Чирич Д. А. Особенности правового статуса информационных агентств в современной России // «Современные социально-экономические процессы: проблемы, тенденции, перспективы»: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Хабаровск, 2020. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=45601156 (дата обращения: 05.09.2023).

Лазуткина Е. В. Проблема типологии новостных ресурсов в рамках онлайновой журналистики // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2009. №3. С. 52–55.

Сухов П. В. Интернет-СМИ Рунета: системные характеристики: дис. … канд. филол. наук: 10.01.10 / П. В. Сухов. Москва, 2005. 199 с.

Томский обзор [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://obzor.city/info/about/ (дата обращения: 04.09.2023).

Федеральный закон от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». Статья 2. // КонсультантПлюс: справ. правовая система. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/f977773d5130bdc4b8aa5c541d1fa7ca381b18f4/ (дата обращения: 05.09.2023).

Федеральный закон от 27.12.1991 N 2124-1 (с изм. и доп.) «О средствах массовой информации». Статья 23. // Доступ из справочно-правовой системы «Гарант» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ivo.garant.ru/#/document/10164247/paragraph/181:0 (дата обращения: 05.09.2023).

Hamilton, J. M. & Tworek, H. J. S. (2017). The natural history of the news: An epigenetic study // Journalism, 18(4), 391–407. DOI: https://doi.org/10.1177/1464884915625630

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00511, https://rscf.ru/project/22-18-00511/.

ЕРШОВА Валентина Евгеньевна – кандидат филологических наук, доцент факультета журналистики, национальный исследовательский Томский государственный университет (г. Томск).