

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

*На правах рукописи*

**ЖИГУЛОВА Мария Геннадьевна**

**Особенности подачи новостной информации  
в отечественных и украинских онлайн-СМИ**

**42.04.02 – «Журналистика»**

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

Научный руководитель –  
канд. полит. наук,  
доцент М. Ю. Великосельский

Вх. №\_\_\_\_\_ от\_\_\_\_\_  
Секретарь \_\_\_\_\_

Санкт-Петербург  
2016  
**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ.....	2
ГЛАВА I. ЭВОЛЮЦИЯ НОВОСТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА.....	9
1.1. Усиление новостного отбора в журналистике новой формации.....	9
1.2. Актуализация роли эмоциональных акцентов в новостных материалах онлайн-изданий	20
1.3. Расширение представлений об источниках новостной информации в журналистике новой формации.....	37
ГЛАВА II. НОВЫЕ МЕТОДЫ ПОДАЧИ НОВОСТНОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ И УКРАИНСКИХ ОНЛАЙН-МЕДИА.....	49
1. 1. Редакционные приемы и принципы онлайн-изданий «Медуза» и ТСН.....	49
2.2. Типология материалов новостного характера и структурные элементы новостей: сравнительный анализ Медузы и ТСН.....	56
2.3. «Инфотейнмент», «финишинг» и инфографика как ведущие методы подачи новостей в изданиях www.meduza.io и www.tsn.ua.....	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	85
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	93
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	101

## ВВЕДЕНИЕ

Проблема изучения особенностей и новых методов подачи новостей в широком смысле остается одним из наиболее актуальных направлений научной мысли. Во главу угла ставятся вопросы о том, что такое новость как жанр, в чем ее функция и как ее сделать интересной и нужной читателю, зрителю, слушателю. Если в традиционных СМИ исследователи нашли общие параметры для характеристики новости, новые методы подачи информации, используя при этом широкие традиционные возможности – как зрительные, так и вербальные, то онлайн-издания в этом отношении остаются менее изученными.

На рынке медиа практикующие специалисты все чаще внедряют современные, актуальные сегодня способы подачи информации. «Упаковка» материала осуществляется с использованием широкого диапазона средств и главное в этом вопросе сегодня – дать новость, охватив все детали события и при этом выгодно представить ее аудитории, так, чтобы она отразила все грани события и не была нужна, скучна, увлекала и пробуждала интерес.

Развитие высоких технологий запустило новые процессы и в журналистике новой формации: обмен информацией стал масштабным и мобильным. В условиях глобального информационного общества Интернет занимает одно из ведущих мест среди средств массовой информации. С каждым годом количество изданий в Сети увеличивается, возрастает и число пользователей Всемирной Паутины. «Месячная интернет-аудитория среди взрослого населения России составляет 76 млн человек»<sup>1</sup>.

Развитие системы Интернета кардинально изменило облик мировой журналистики, внесло новые краски в создание материалов; наряду с этим растет и жанровое многообразие журналистских текстов. Мастерство, квалификация и мировоззрение отечественных авторов информационных материалов, работников печати и электронных СМИ также возрастает. Они стремятся ни в чем не уступать своим зарубежным коллегам.

Справедливо признать, что именно журналист является той силой, которая и вдохновляет эти технические средства. Именно труд корреспондента, его плодотворность и эффективность определяет контентную составляющую работы системы средств массовой информации.

Новость остается одним из первых жанров журналистики. Ее возникновение состоялось задолго до появления самой журналистики. Жанр не утратил своей актуальности и сегодня, однако до сих пор существуют редакции, которые пренебрежительно относятся к подготовке новостей, а сухая передача сведений и фактов без поиска новых средств выражения (текстового,

---

<sup>1</sup> <sup>□</sup> Интернет в России. Весна 2015, бюллетень ФОМ [Электронный ресурс], URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12275/> (Дата обращения: 25.04.2016).

графического и мультимедийного) чревата утратой индивидуального стиля для издания. Исследователь данной работы столкнулся с проблемой идентичности новостной политики в медиапространстве. Поиск оригинальной подачи новостей, при котором событие представлено разносторонне и выпукло, с использованием богатых возможностей инфографики и мультимедиа, осложняется тем, что подчас в погоне за оперативностью этому аспекту не уделяется должного внимания.

Журналистский текст можно назвать особым продуктом творчества, имеющим целый ряд особенностей построения. Поскольку современная журналистика является столкновением позиций и мнений; сегодня пристальное внимание уделяется новостной журналистике. Сама жизнь широко расширила новостные рамки. А это обстоятельство в условиях рыночных отношений породило конкуренцию, которая вынуждает в борьбе за потенциального потребителя искать новые методы подачи новостной информации. Журналистика на современном этапе требует создания совершенно иных моделей освещения событийной информации – оригинальных, незабываемых, броских.

**Актуальность диссертационного исследования обуславливается:**

- вниманием к изучению новостной журналистики как отдельного направления деятельности СМИ;
- модернизацией текстов новостного характера;
- поиском эксклюзивных форм «упаковки» новостей в крупных редакциях;
- проблемным отношением к пониманию необходимости использования современных способов подачи новостей в современной журналистике.

При столь высокой популярности новостей в сетевых изданиях этот аспект остается малоизученным, что и определяет **научную новизну** исследования, которая заключается в детальном рассмотрении особенностей новостной политики онлайн-издания [www.medusa.io](http://www.medusa.io) и украинского портала [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) за 2014-2016 гг., в выявлении основных тенденций построения новостной политики данных изданий на современном этапе, изучении

особенностей воздействия на читателя современных способов и приемов подачи новостей. Эти способы включают как традиционный статический контент (текст и графику), так и динамический (аудиофайлы, видеосюжеты, фотоматериалы, анимацию). Такой продукт журналистского творчества широко востребован сегодня и будет пользоваться успехом у публики и в будущем.

**Цель исследования** – выявить особенности и приоритетные аспекты новостной политики путем рассмотрения публикаций новостного характера на площадках [www.meduza.io](http://www.meduza.io) и [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) за 2014-2016 гг.

Для достижения поставленной цели сформулированы и решены следующие **задачи**:

1. Определить поэтапное становление новостной журналистики в рамках глобального информационного пространства.
2. Изучить роль и значение новых подходов и методов при написании новостей, определить их практическую значимость.
3. Раскрыть возможность мультимедиа для успешного развития онлайн-издания.
4. Выявить возможности современных новостных методов и редакционных приемов и продемонстрировать их применение на практике.
5. Определить структурные элементы новостей и провести анализ построения информационных материалов в изданиях [www.meduza.io](http://www.meduza.io) и [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua).
6. Изучить жанровое своеобразие новостей [www.meduza.io](http://www.meduza.io) и [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua).

Для реализации поставленной цели и решения задач исследования используется **метод** качественного контент-анализа, теоретический анализ научной литературы, сравнение, описание.

**Объект исследования** – публикации новостного характера русскоязычного интернет-издания [www.meduza.io](http://www.meduza.io) и украинского новостного портала [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) за 2014-2016 гг.

**Предмет исследования** – новостная международная информация в Интернете.

**Научно-теоретической базой** служат учебные пособия, методологические разработки и научные публикации отечественных и зарубежных исследователей С.А. Михайлова, Л.А. Васильевой, Е.Л. Вартановой,

М.Менчера, Э.Денниса и Д.Мерилла, А.А. Амзина, Г.П. Бакулева, Г.В. Лазутиной, Н.И. Шапшай, М.М. Лукиной, Т.Флю, М.И. Шостака, А.Г. Качкаевой, М.Н. Кима, А.В. Якунина, М.А. Картера, С.Г. Корконосенко, А.В. Колесниченко, А.А. Градюшко и др. по таким областям научного знания, как основы журналистики, теория жанров периодической печати, технология создания журналистского текста, интернет-журналистика.

**Эмпирическую базу** исследования составили информационные материалы онлайн-изданий [www.medusa.io](http://www.medusa.io) и [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua), а также статистические данные о современном состоянии интернет-журналистики, взятые из открытых источников.

**Хронологические рамки** охватывают период 2014-2016 гг. Автором проанализировано 300 публикаций отечественных и украинских онлайн-СМИ, среди которых встречались информационные заметки, репортажи, информационным поводом для которых послужили события международного значения.

**Практическая значимость** заключается в том, что материалы работы могут применяться при изучении учебных курсов «Новостная журналистика», «Основы творческой деятельности журналиста», «Язык и стиль СМК», «Мастерство репортера», «Интернет-журналистика», организации семинаров и спецкурсов для студентов-журналистов, посвященных анализу новостей в СМИ и онлайн-изданиях. Результаты исследования могут использоваться редакциями при выработке собственной концепции новостной политики издания, а также журналистами-практиками при определении подходов в освещении событий.

Результаты и основные положения, полученные в ходе исследования, были представлены на 14-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов 11-13 марта 2015 г. «Медиа в современном мире. Молодые исследователи». По теме исследования опубликована 1 печатная работа объемом 2 п.л.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка (93 наименований), и 43 приложений, содержит 8 рисунков и диаграмм. Общий объем работы составляет 154 страниц.

Структура исследования обусловлена сформулированными задачами и отражена в его заглавии. Содержание представлено в двух логически взаимосвязанных между собой главах.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, его научная новизна, определяется объект и предмет исследования, цель и задачи работы, ее методологическая база и практическая значимость, структура работы и апробация исследования.

В первой главе – «Эволюция новостной журналистики в условиях информационного общества» определяется усиление новостного отбора в журналистике новой формации, уделяется внимание возрастанию роли эмоциональных акцентов в подаче новостей, а также раскрывается значение источников информации при подготовке материалов. Композиционно первая глава состоит из трех параграфов.

Вторая глава – «Новые методы подачи новостной информации на примере российских и украинских онлайн-медиа» посвящена практическому применению методов, редакционных приемов в изданиях [www.medusa.io](http://www.medusa.io) и [www.tch.ua](http://www.tch.ua) и состоит из трех параграфов. В этой главе рассматриваются важные редакционные принципы изучаемых изданий, рассматривается типология новостей, раскрывается значение и роль «инфотейнмента», «финишинга» и инфографики как ведущих методов подачи информации в онлайн-журналистике. Именно эти современные возможности подачи новостей легли в основу второй главы настоящей работы.

В заключении подводятся итоги исследования и формулируются идеи, ориентированные на оптимизацию новостной концепции изданий.

## ГЛАВА I. ЭВОЛЮЦИЯ НОВОСТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

### 1.1. Усиление новостного отбора в журналистике новой формации

Эволюция журналистики доказывает, что наиболее важным направлением ее развития было максимально полное удовлетворение потребности человека в коммуникации, а именно в получении и передаче социально значимых сведений. С доисторических времен человек взял на себя роль коммуниканта: информацию распространяли оракулы и шаманы, а способом ее хранения служила наскальная живопись.

Сегодня исследователи склоняются ко мнению, что возникновение прессы относится к V в. до н.э.: «Зачатки периодической печати мы находим еще в Древнем Риме. Приказ Юлия Цезаря об опубликовании протоколов сенатских заседаний, так называемых «Acta Senatus», положил основу регулярному обнародованию политических сообщений»<sup>2</sup>. Наиболее известным стал издаваемый в 60 г. до н.э. ежедневный бюллетень «Acta Diurna». Доисторические издания постепенно появлялись и в Азии – «Дибао» и «Кибелчжи» в Китае в VIII веке н.э., в Японии выходила «Иомиури каварабан» на глиняных досках. В большей степени это скорее прагазетные явления. Михайлов С.А. считает началом полноценной журналистской эпохи следующий период: «Исторический опыт развития журналистики не так уж велик: зародилась она в начале XVII столетия в Европе»<sup>3</sup>.

Со временем в журналистике появилось деление на жанры – информационные, аналитические и художественно-публицистические. Стремительное развитие журналистики во всем мире породило разветвленную жанровую систему, многообразие форм и методов подачи информации.

Значительный вклад в современную новостную журналистику внес римской оратор Квинтилиан, впервые зафиксировав формулу «Кто? Что? Где?

---

<sup>2</sup> Саламон Л.А. Всеобщая история прессы [Электронный ресурс], URL: <http://evartist.narod.ru/text2/29.htm> (Дата обращения: 20.04.2016)

<sup>3</sup> Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – С.1.

Когда? Как? Зачем? Почему?»<sup>4</sup>. Автор труда о риторике придерживался позиции, что о событии можно судить, если известны ответы на семь главных вопросов. Однако созданное по его формуле сообщение еще не может называться новостью – ему не хватает информационного повода. В зарубежной журналистике имеются два подхода к определению новостей: «новости – это: информация, важная для принятия решений и отклонение от обычного хода событий»<sup>5</sup>. В первом случае роль новости будет выполнять, например, послание Президента, а во втором – чрезвычайные происшествия, про которые говорят: «новость – это если человек покусал собаку».

Одним из основных критериев, предъявляемых и сегодня к новости как особому продукту журналистского мастерства, является ответ на поставленные Квинтилианом вопросы для представления аудитории исчерпывающей информации о событии. Отличительной чертой информационной журналистики остается исключение мнений, доводов, догадок и постоянное стремление журналиста как транслятора событий воздерживаться от выражения собственных суждений, взглядов, оценок, т.е. новости не присущ анализ. Исследователь Васильева Л.А. отмечает: «В информационных материалах, как правило, сообщаются лишь сами факты, без выводов и политических обобщений: читателю предоставляется самому сделать необходимые выводы»<sup>6</sup>. Таким образом, в задачи информационных жанров не входит оценка ситуации, это – цель аналитических жанров журналистики.

«Новостной журналист отличается от остальных тем, что должен передавать информацию без искажений. Он – транслятор»<sup>7</sup>, – выражает свою позицию исследователь интернет-журналистики как нового явления СМИ Амзин А.А. При этом функция журналиста простирается далеко за пределы линейной фиксации событий; рациональный подход автора, при котором

<sup>4</sup> Пальгунов Н.А. Заметки об информации. – М. : Гардарики, 1967. – С. 16.

<sup>5</sup> Mencher M. News reporting and writing. – McGraw-Hill Higher Education, 12 edition. Madison, WI, 2010. – P. 69.

<sup>6</sup> Васильева Л.А. Делаем новости!: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С.6.

<sup>7</sup> Амзин А.А. Новостная Интернет-журналистика. – М.: Аспект Пресс, 2012. – С. 29.

событие рассматривается с разных ракурсов, позволяет аудитории сделать свои выводы, развить собственную позицию.

**Одним из ключевых компонентов новости является оперативность тиражируемых сведений. В век развития новых информационных технологий, вопрос о быстрой передаче новости стоит на одном из ведущих мест. Но так как еженедельные газеты в этом не могут конкурировать с сетевыми изданиями, для газет примечательна эксклюзивная подача материалов. Таким образом, прессы развиваются по иным канонам, в основе же онлайн-издания – быстрота передачи данных.**

**Исследователь сетевой журналистики Амзин А.А. об этом пишет:**  
**«Стремление предоставить эксклюзив имеет следующие недостатки. Во-первых, как это кощунственно ни звучит, часто эксклюзив имеет ценность в глазах автора статьи и его коллег, а не читателя. Представьте себе журналиста, который провел адову работу, опрашивая ньюсмейкеров, собирая по крупицам факты, проводя кропотливый анализ. Другие журналисты оценят его работу. Качество статьи вырастет в два-три раза, но времени будет затрачено в десятки раз больше, что означает непропорциональный проигрыш по оперативности... Во-вторых, зачастую статья превращается в цитатник экспертов, не объединенный общей мыслью»<sup>8</sup>.**

С другой стороны, эксклюзив новости подразумевает высокие профессионализм и квалификацию журналиста, способного пользоваться этим непростым приемом не во вред себе. На поиски элементов эксклюзива нерационально расходовать чрезмерно большое количество времени, они должны рождаться у репортера в момент сбора информации.

Таким образом, разница в принципах формирования новостного текста породила важнейший вопрос о том, что считать новостью и как определить значение термина и соотнести его с реалиями сегодняшнего дня. Рошко Б.А. определяет новость как «особый продукт, призванный осознать, что происходит

---

<sup>8</sup> Амзин А.А. Новостная Интернет-журналистика. – М.: Аспект Пресс, 2012 – С. 62.

в обществе, и товар это организованный, освещдающий то, как медиа решили с ним поступить»<sup>9</sup>.

Деннис Э. и Мэрилл Д. выдвигают следующее определение: «Новость – это текст, в котором отражается современный взгляд на реальность в отношении определенного события или явления. Новость содержит важные для личности или социума перемены, которые рассматриваются в контексте общепринятого. Оформление новости зависит от интересов публики, а также ограничений, столкновение с которыми для любой редакции неизбежны. Новость – результат ежедневно возобновляемой игры по достижению коллективного договора внутри редакций, сортирующих происходящие за определенный этап времени события с тем, чтобы создать скоропортящийся продукт»<sup>10</sup>. Подводя итог, становится очевидно, что ядром новости является внешнее событие.

Исследователь Макушин А.Б. интерпретирует новость следующим образом: «Новость – это информация об изменении статуса ситуации во времени, которая в силу своей значимости попадает в топ определенного формата»<sup>11</sup>. Таким образом, своевременность события, его практическая значимость и объединение широкой аудитории выносятся во главу угла.

Стефенс М.А. имеет свои представления о том, что такое новость: «Новая информация о предмете, представляющем особый интерес для определенной части общества», но с оговоркой, что такая интерпретация довольно обширна для одних, «ведь она исключает спортивные события, слухи» и узка для других «ввиду лишения моральных наставлений»<sup>12</sup>. Обратившись к словарю, выясняется, что «новость – это нечто новое, свежая информация о событии, произошедшем в ближайшее время»<sup>13</sup>. Столкнувшись с множеством

<sup>9</sup>Дэннис Э., Мэррилл Дж. Беседы о масс-медиа. – М.: Варгус, 1997. – С.171.

<sup>10</sup>Там же. – С.173.

<sup>11</sup>Макушин А.Б. Современная трактовка понятия новости в условиях медиаконвергенции // Вестник Кемеровского гос. ун-та. – 2014. Т. 2. № 2. – С. 214-216.

<sup>12</sup>Stephens, Mitchell. A History of News. – UK.: Harcourt Brace College Publishers, 1997. – Р. 7.

<sup>13</sup>Толковый словарь Ожегова С.И. [Электронный ресурс], URL: <http://slovarozhegova.ru/> (Дата обращения: 04.04.2016).

определений и трактовок, напрашивается вывод, что новость – явление многогранное, и дать понятию единую интерпретацию невозможно. С философских воззрений новость – это связующее звено между меняющейся реальностью и человеческим сознанием; она позволяет социуму оперативно реагировать на события. Парк Р. обозначил следующие характеристики новости: «своевременная форма знания, отражающая последние изменения общества»<sup>14</sup>.

Холл С. выделяет три признака новости: «связь с событием как компонентом действия, новизна и информационная ценность и связь с персоной или каким-либо актом»<sup>15</sup>. Хотя особенности новостей коренным образом лежат в плоскости нарративных традиций, в древнейших способах передачи сведений, умении рассказывать, т.е. коренятся в возможностях устного повествования. Строение новости происходит в форме рассказа, с главными и второстепенными героями, хронологически выверенным сюжетом, острой точкой – драматическим событием в роли кульминации.

Изучая разные взгляды и воззрения о понятии новости, имеет место заключение, что новость обладает жесткой структурой, которая не меняется даже в зависимости от вида СМИ, требований и ограничений редактора, языка повествования и географического месторождения новости.

Лазутина Г.В. считает, что новость – это феномен действительности, наделенный онтологическим смыслом: что возникло, что произошло, чего не было ранее, результат изменений» и, по мнению исследователя, этот результат отражается как событие, решение или подведение определенных итогов. «Общим для всех перечисленных случаев является то, что в объективной реальности появляется факт, меняющий ранее сложившееся положение дел»<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: учебное пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2008. – С. 124.

<sup>15</sup> Hall S. The Determination of News Photographs // The Manufacture of News. – UK.: S. Kohen and Young, 1973. – P. 184.

<sup>16</sup> Лазутина Г.В. Новостная журналистика в свете предметно-функционального подхода к дифференциации жанров / Г.В. Лазутина, С.С. Распопова // Вестник Московского ун-та. 2008.-№5. – С.82-98.

Шапшай Н.И. идентифицирует новость как понятие, восходящее к значению «информация»<sup>17</sup>.

В результате тотального распространения высоких технологий и их активного внедрения в будничную жизнь, интерес обретает значение понятия «новости» в условиях Интернета. В теории журналистики наблюдается активное обсуждение вопроса о толковании нового термина «интернет-новость». Лукина М.М. считает Интернет новой медийной сферой, задающей качественно иные параметры новости<sup>18</sup>. В первую очередь, новости стали общедоступными, а Интернет стал площадкой для тиражирования информации о событиях максимально широкой аудитории. И это не могло не отразиться на состоянии общества.

В результате популяризации новостей и свободного к ним доступа широкой публики доступ производителей контента к своему потребителю также возрос, что привело к увеличению новостных потоков. А стало быть, возник вопрос о качественном изменении новости как товара, который необходимо должным образом упаковать и подать аудитории в том виде, в котором упрощается усвоение информации. Стали появляться новейшие способы раскручивания новостей, методы их оригинальной подачи, мультимедийные возможности, свежие идеи относительно демонстрации событий уникальным образом. Так, чтобы издание наработало собственный стиль, стало узнаваемым.

Немалую роль в изменении характера новостей сыграли и процессы конвергенции. Исследователь Кирия И.В. полагает, что редакция в условиях конвергенции имеет штат универсальных журналистов, работающих в режиме

---

<sup>17</sup> Шапшай Н.И. Новостные материалы в региональной печати: структурные и жанровые особенности (на материалах газет Владимирской области), автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. филолог. наук. – М., 2009. – С.14.

<sup>18</sup> Лукина М.М. Интернет-СМИ: теория и практика: учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2010. – С. 215.

реального времени. В режиме онлайн<sup>19</sup>. Т.е. по сути образовалась новая среда – онлайн-журналистика.

Вартанова Е.Л. исследует конвергенцию в медиасреде и заключает: «Сейчас современные медиакомпании расширяют спектр информационных и развлекательных продуктов, используя в этом новые формы подачи медиапродукта: онлайн-газета, радио в Интернете, веб-телевидение»<sup>20</sup>. Таким образом, в условиях конвергенции ценность обретает универсальный журналист, ведь онлайн-журналистика предполагает способность создавать контент для разных платформ.

Исследователь из США онлайн-журналистикой считает «симбиоз аудио-, фото-, текстовых материалов с интерактивностью»<sup>21</sup>. Использование возможностей мультимедиа влияет и на выбор жанровой политики и меняет привычные нам представления о журналистике прошлого. Если в традиционной журналистике новость строится на основе информационной заметки, т.е. текста, то в онлайн-журналистике новость подается, помимо текста, на инфографике, видеоряде.

В кругу исследователей сложилось устоявшееся мнение относительно понятия интернет-журналистика. Лукина М.М. в понятие Интернет-СМИ вкладывает следующее значение: «Это род ресурсов в Интернете, выполняющих функцию средства массовой информации. СМИ в Интернете, так же, как и традиционные медиа – газеты, телевидение, радиовещание, производят информацию, создаваемую с определенной периодичностью журналистским коллективом и отражающую жизнь общества. Технологии интернета наделяют интернет-СМИ специфическими признаками — мультимедийностью, интерактивностью, свойствами гипертекста»<sup>22</sup>.

---

19<sup>□</sup> Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные? – М.: Аспект Пресс, 2010. – С.109-112.

20<sup>□</sup> Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция в СМИ. – М.: Аспект Пресс, 1999. – С. 34.

21<sup>□</sup> Quinn S., Filak V. Convergent Journalism: an introduction. – UK.: Focal Press, Burlington, Mass, 2005. – Р. 355.

22<sup>□</sup> Лукина М.М. Интернет-СМИ: теория и практика: учебное пособие для вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2010. – С. 12.

Австралийский исследователь Терри Флю призывает все новые медиа рассматривать в качестве «Культурных технологий»: «Технологию надо понимать не столько как объект или артефакт, сколько рассматривать в рамках контента, который она производит и распространяет»<sup>23</sup>. В этом и кроется суть изучения качественно новых подходов творческих возможностей журналиста в условиях информационного общества и журналистики новой формации.

Эффективность новости зависит и от выбора фактического материала – из большого потока фактов журналисту требуется выбрать самый яркий и интригующий. В настоящее время среди широкого диапазона информационных жанров выделяется заметка, репортаж и отчет. Все эти жанры новостной журналистики объединяет одно – событие. Как отмечает Ким М.Н.: «Событийное начало присуще всем информационным жанрам»<sup>24</sup>. Каждый день в мире происходит множество событий. Журналист, как режиссер на кинопленку, запечатлевает из них наиболее интересные и важные. «Разделить факты на важные и неважные не так-то просто. Например, при декларировании «важности» как главного критерия в прессе, отбор на самом деле означал: «Лишь бы не сенсационность! Не легковесность!», «Нужны факты солидные!»… Материалы, которые доминировали в результате такого отбора, очень часто важными и значимыми читателю не казались. Нередко возникало ощущение, что факты возводятся в ранг «важных» искусственно, что преувеличиваются достижения, заслуги отдельных предприятий и отраслей и пр. – и не путем прямого обмана, а только тем, что на них концентрируется внимание как на важнейших новостях»<sup>25</sup>.

Таким образом, перед авторами встает задача изучения интересов целевой аудитории: ее пристрастий, желаний, а также прогнозирование возможного резонанса на текст. Это позволяет автору доставить читателю информацию, выгодно выделяющуюся среди других источников, важную и необходимую. В

---

23 Terry Flew. New Media: an introduction. – USA.: Oxford., 2007. – P.26.

24 Ким М. Н. Новостная журналистика. Базовый курс: учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. – С.205.

25 Шостак М.И. Журналист и его произведение. – М.: РИП-холдинг, 1998. – С. 6.

кодексах журналистской этики говорится, что критерий важности при выборе фактов призван уточнить собственную тему автора, отсекая все находящееся за пределами этой темы. Таким образом, тема, стоящая за фактом, не должна выбиваться из общей специфики и формата издания. При выборе темы важно соблюсти и другой критерий: «важно-не важно» для читающей аудитории, т.е. соответствие контента ожиданиям публики. Предпочтительный отбор факта связан с некой озабоченностью журналиста: содержит ли событие необходимые «элементы новости» – сведения, призванные сделать материал интересным.

Определяющее значение имеет и то, каким критериям должна соответствовать новость. Большинство исследователей сходятся во мнении, что это ощутимая важность оперативной подачи новости, нацеленность тематики новости на потребности и интересы аудитории (по половому, возрастному, профессиональному признакам); в ходу четкая ориентация на потребителя, актуальность темы важна вне зависимости от временных рамок, эффект «эмоционального толчка» при необычайном происшествии заслуживает публикации. Важны также и яркость события, конфликтность происшествия, необычность, оригинальность темы, связь события со «знаменитым лицом». Журналист учитывает и человеческое любопытство – какие-то обстоятельства события, к которым, изначально каждый лично неравнодушен («жизнь», «смерть», «любовь», «дети» и т. д.).

Важно учесть, что все эти факторы превращают сухую информацию в новость и делают ее продуктом журналистского творчества.

От источника транслирования и тиражирования произведений журналистского труда зависит и выбор задач издания – так, пресса нацелена информировать, обучать, развлекать, побуждать к действию. В соответствии с этими задачами варьируется и определение понятия «новость». Однако все направления журналистики объединяют рассуждения о том, что достойно быть новостью, а что – нет. Так, значимость того или иного события определяется в первую очередь, либо своей важностью, либо необычностью. Работа репортеров настолько разная – происшествие события, факт беседы с

очевидцем происходящего, фрагмент из жизни, – но смысл усилий любого журналиста сводится к тому, чтобы ярко, четко, выразительно, броско, а самое главное – точно передать факт, выделяющийся на фоне других событий и показать читателю, что именно этот факт выбран не случайно, а потому что является значимым.

Все внимание журналиста-новостника сфокусировано на самом событии и не распространяется на другие детали – на окружение события, на его связи, предысторию. Новостная журналистика отличается от других сфер журналистской деятельности тем, что репортер нацелен лишь на «кусочек» жизни – чем-то занимательный, характерный для сегодняшнего дня, однако, замкнутый на себя, как бы получивший особую значимость из-за того, что именно его выбрали, именно о нем сочли нужным рассказать. Журналистика новостей представляет читателю события и факты локальные. К тому же выбранные под определенным углом зрения – это уже зависит от профессиональной подготовки журналиста.<sup>26</sup>

Принято разделять журналистику факта и журналистику мнения, ведь в первом случае журналист пытается соблюсти объективность, а во втором – дает оценку происходящему. Журналистика новости – это всегда журналистика факта. В новости журналисту категорически запрещается выражать эмоции, отношение к происходящему, переосмысливать данные, придавать им определенную окраску. Эмоциональные новости всегда воспринимаются хуже бесстрастных, ведь новость необходима для того, чтобы получить нужную информацию.

Объективность новости. Стремление к объективности осложняется тем фактом, что журналистику делают репортеры, а они – такие же люди со своими мнениями и взглядами. Журналист нацелен рассказать целевой аудитории правду, но всегда назревает вопрос: «Какую правду и зачем?». Таким образом, из множества «правд» репортер выбрал определенную, заручившись личными

---

<sup>26</sup> Там же. – С. 22.

переживаниями, собственной заинтересованностью в раскрытии темы в определенном срезе.

Характерная примета факта заключается в том, что фрагменты жизни, освещаемые в новости, и подбираемые журналистом произвольно, порой составляются в кардинально противоположные картины. Учитывая это незатейливое обстоятельство, обрисовывается почва, на которой очень часто произрастают журналистские неправды. Так, отдельный целенаправленный отбор (допустим, «факты против» или «факты за») – дает не просто информирующий, развлекательный или познавательный эффект, но и, главным образом, сильный эффект ярко выраженной позиции журналиста на определенное событие или явление, а именно – отношения репортера к произшедшему. Т.е. то, чего новостная журналистика должна избегать, поскольку это делает журналистику мощным орудием в руках репортеров.

На сегодняшний день понятие «новость» немыслимо без понятия «актуальность». Очевидно, эти определения невозможno употреблять друг без друга, они тождественны и сплетены воедино тугой веревкой действительности. Именно в общественной значимости проявляется актуальность. Насколько обнародование определенного события необходимо аудитории – вот в чем кроется актуальность. «Если информация не вызывает у людей желания с ней ознакомиться, то ей как раз и не достает качества актуальности»<sup>27</sup>, – отмечает исследователь Ким М.Н.

В завершение, обнаружилось, что при изучении усиления новостного отбора в современной журналистике, решающее значение отводится понятию «новость» для конкретного издания. Выяснилось, что на качество новости влияют такие ее составляющие, как оперативность, объективность, актуальность, эксклюзивность. Анализ понятий «новость» в традиционных СМИ и Интернете позволил заключить кардинально противоположные черты в журналистике разных направлений: если новости в прессе, ТВ, РВ – это

---

<sup>27</sup>Ким М.Н. Новостная журналистика. Базовый курс: учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – С.208.

нацеленность на эксклюзив, то новости в Интернете – это прицел на скорость передачи беспристрастной информации. Новостная журналистика в современных условиях – это журналистика факта, не терпящая оценок, не стремящаяся к прогнозированию.

В ходе изучения широкого спектра мнений ученых и исследователей выяснилось, что новость является особой разновидностью журналистского материала, в котором отражается социально значимый факт действительности, благоприятно воздействующий на решение социальной проблемы. Таким образом, факт является определяющим тему текста инструментом.

## **1.2. Актуализация роли эмоциональных акцентов в новостных материалах онлайн-изданий**

Жанровая политика изданий к сегодняшнему дню изучена более, чем досконально. Информационные виды жанров широко известны, активно применяются, и издания, пользующиеся лишь богатством жанрового многообразия, проигрывают перед теми, кто ищет и внедряет новые методы привлечения читательского внимания. К малоизученным способам актуализации внимания публики относится довольно обширный перечень приемов. Спектр этих способов велик и многообразен. Только активное применение комплекса методов и приемов побуждает читателя возвращаться к изданию и рекомендовать его близким. Интересен и тот факт, что эти способы концентрации читательского внимания диктует не что иное, как конкуренция в кругах СМИ. Еслильному изданию удалось удачно воспользоваться этими средствами, то его конкурент вынужден будет придумать что-то свое, не менее оригинальное, иначе издание сталкивается с оттоком читателей.

Компьютерная революция внесла колоссальные изменения не только в издательское дело, но и в онлайн-СМИ. Это обнаруживается и ростом разнообразных изданий. Борьба в интернет-пространстве за читателя в самом разгаре, некоторые издания умирают, не выдержав накала; те же площадки, которые завоевали читательскую аудиторию, стараются удержать своего потребителя путем использования современных технологий, новой подачи и

«упаковки» журналистской продукции. Не только качество публикаций, но и качество размещения материала, его представление, размещение, использование мультимедийных возможностей является сегодня важным.

Разнообразие в подаче материалов привлекает читателя первоначально оформлением, а после и содержанием. Поэтому важно, чтобы оформление было не скучным, но в то же время, усердствовать с выбором оформительских средств не рекомендуется, чтобы не потерять наработанный стиль.

«Современные средства массовой информации стремятся доносить свои сообщения с помощью целого ряда знаковых систем. Технические новшества в сфере коммуникации сильно повлияли на масс-медиа. Традиционные СМИ развиваются своими интернет-версиями, выкладывают разнообразный контент, чтобы утнаться за стремительно развивающимися онлайновыми порталами. В результате в системе СМИ появляется новая область – интернет-журналистика. Она выполняет все те же функции, что и масс-медиа в «доцифровую эпоху», однако использует и новые выразительные средства»<sup>28</sup>.

Эмоциональные акценты в онлайн-журналистике неразрывно связаны с таким свойством, как мультимедийность. Всерьез о понятии мультимедиа применительно к журналистике впервые заговорили чуть более двух десятилетий назад. Толчком послужило повсеместное распространение компьютерной техники, цифровых носителей информации и компьютерных сетей в качестве транслятора. Технологии позволили хранить на одном носителе различные средства коммуникации – текстовую, звуковую и визуальную информацию. Сегодня же это из средства передачи данных трансформировалось в отдельную среду, в которой из текста плавно возникает видео и происходит представление звука с помощью картинок.

Таким образом, произошло слияние или конвергенция всех ранее изученных и используемых по отдельности видов информации. Известный исследователь из США Итьель де Сола Пул дает понятию следующее

---

<sup>28</sup> Кульчицкая Д.Ю. Мультимедиа и СМИ. // Вопросы теории и практики журналистики, 2011. № 2. – С. 54-59.

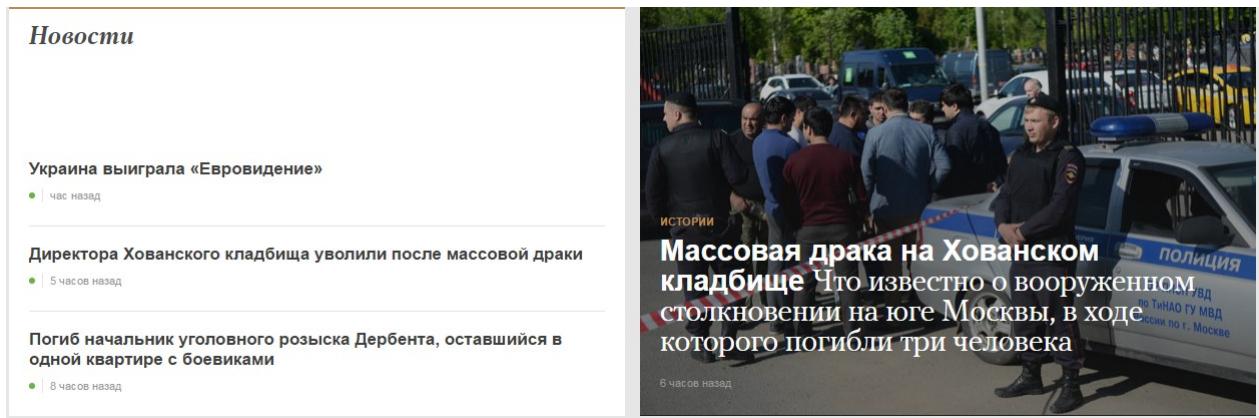
определение: «Конвергенция – это стирание границ между медиа как средствами обоюдной коммуникации, такими как телефон, почта, телеграф и как СМК, такими как пресса, радио и телевидение»<sup>29</sup>.

Произошло новое явление в журналистике – так называемая индивидуализация потребления медиаконтента, в результате чего резко возросло его разнообразие. Изменились и принципы формирования контента, стало уместным говорить о таком эмоциональном акценте, как визуализация информации. Именно отголосками визуализации является распространение моды на креативность в области дизайна медиа (например, глянцевых журналов). Дизайн упаковки «новости» стал важным атрибутом изданий, позволяющим потребителю отличить и выделить новость из череды подобных.

Например, обращаясь к рубрике «Новости» на сайте [www.medusa.io](http://www.medusa.io), становится ясно, каким образом происходит оформление разделов рамках издания. Очевидна аскетичность иллюстративных элементов – так называемая тенденция минимализма: дизайн здесь перестал отражать включение текста и изобразительных элементов на общее благо. Он служит лишь для удобства восприятия, поиска информации на странице, которая стала во много анонсной и включает минимальное количество элементов оформления, отсутствует и использование декоративных компонентов, число шрифтовых гарнитур строго регламентировано и не превышает двух. Адаптивная верстка позволяет оформить главную страницу под нужды редакции: с необходимым числом новостей и фотографий. Таким образом, издание имеет так называемую «плавающую» структуру, что отображается на рис. 1.1.

---

<sup>29</sup>Ithiel de Sola Pool. Technology without Boundaries. On telecommunications in a Global Age. – USA.: Harvard University, 1990. – P. 42.



*Рис. 1.1. Главная страница издания «Медуза»*

*Источник: [www.meduza.io](http://www.meduza.io)*

В спектре элементов оформления отмечается:

1. Курсивное отображение наименования рубрики «Новости».
2. Выделение рубрик полоской бежевого цвета жирного начертания сверху.
3. Акцент на наиболее значимую новость – отображение заголовка увеличенным кеглем, и игра воздухом в левой части экрана, когда есть «тема номера».
4. Заголовки новостей отделены горизонтальными полосками серого цвета.
5. Под заголовком отображается время публикации – обратный отсчет («час назад»).
6. Зеленым маркером обозначается новость из надежного источника, бежевым – из непроверенного.

Таким образом, были выявлены эмоциональные акценты на примере издания «Медуза», и они заключаются в виде особенностей дизайнерского оформления, позволяющим пользователю проще ориентироваться на странице. Это горизонтальные и вертикальные полосы, увеличение шрифтовых кеглей, различное начертание шрифтов и актуальный зеленый круг – новость получена из надежного источника.

Условно выделяются три большие группы эмоциональных акцентов. К первой по праву относятся специфические черты дизайна и иллюстративных

элементов издания, ко второй – возможности «игры со словом» в материалах изданий, к третьей – размещение материала на полосе.

Применительно к среде Интернет дизайн и иллюстративные элементы становятся составляющими такого явления, как юзабилити. Якунин А.В. в пособии «Веб-юзабилити и эргономика интернет-СМИ» дает такое определение термину: «С понятием функционального подхода к дизайну непосредственно связано понятие «юзабилити», в дословном переводе на русский язык означающее «возможность использования» или «способность быть использованным». Оно характеризует степень практического освоения проекта определенными пользователями, при которой достигается его использование с должной эффективностью, продуктивностью и удовлетворенностью. «Юзабилити» также означает, насколько быстро можно научиться пользоваться web-сайтом, какова эффективность его применения, насколько сайт подвержен различным ошибкам и сбоям и насколько пользователям нравится с ним работать.

Термин юзабилити стал активно использоваться в начале XXI в. и стал заменой ранее существовавшему термину userfriendly, который вобрал в себя слишком много значений и стал слишком широким для использования. Таким образом, суть юзабилити заключается в принципиальной ориентации всего комплекса дизайнерских средств на максимально быстрое и эффективное взаимодействие с пользователем. Именно потребности пользователя выступают исходной точкой дизайн-проектирования, именно ими определяются композиционные и оформительские решения при создании web- проекта»<sup>30</sup>.

Таким образом, оформление новостного комплекса в онлайн-изданиях подчинено требованиям юзабилити. С этим связано и появление прибора eye track – помощника в отслеживании взгляда человека на полосе. Тестирование выявило, что первоначально человек фиксирует свое внимание на центральном элементе полосы, после чего пускается в чтение на периферии, т.е. на участки,

---

<sup>30</sup> Якунин А.В. Веб-юзабилити и эргономика Интернет-СМИ: учебное пособие. – СПб.: СпбГУ ВШЖиМК, 2015. – С. 10.

щедро начиненные текстовой начинкой глаз человека переходит постепенно от центральной фотографии. «Подсознательно читатель экономит время, перепрыгивая с наиболее длинных и перегруженных текстом элементов на наименее перегруженные текстом и визуализированные»<sup>31</sup>.

Понятие дизайн онлайн-издания далеко отходит за пределы термина «верстка» в традиционной журналистике. Если ранее путем верстки текст, фото и инфографические элементы размещались на полосе, то реалия сегодняшнего дня – дизайн превратился в инструмент повествования, «изображения» новости. Мультимедийные средства позволяют сейчас визуализировать текстовые данные в виде диаграмм, графиков, слайдов, восстановить хронологию событий с помощью гайдеров, показать схему местности и многое другое.

К примеру, материал на сайте [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) под названием «Розрив дипвідносин з Росією. Хто й навіщо голосував за скандалну постанову» («Разрыв дипломатических отношений с Россией: кто и зачем голосовал за скандальную поправку» / пер. автора)<sup>32</sup> был оформлен оригинальным образом. Для наглядности продемонстрировано, кто из депутатов Верховной Рады голосовал за, против и кто воздержался от принятия постановления, в результате которого изменились взаимоотношения между Российской и Украиной.

В спектре принципов дизайнерского оформления выделяется, среди прочих элементов, и работа с фотографией. С наступлением новой эры онлайн-журналистики требования к качеству снимков возросли в разы. К примеру, на сайте «Медузы» фото помещаются в верхнюю часть сразу после заголовка и фото занимает достаточно большой объем – всю площадь экрана до прокрутки текста. Разумеется, для публикации фото таких размеров, качество снимков должно быть безупречным.

Более того, отмечается тенденция не только укрупнения фото, но и увеличения шрифтовых гарнитур. На пике моды – шрифты: в заголовочном

---

31<sup>□</sup> Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные? / под ред. А. Г. Качкаевой. – М. : Аспект Пресс, 2010. – С. 38.

32<sup>□</sup> См. приложение 1.

комплексе – без засечек скругленные, в теле материала – с засечками. Увеличение кеглей, по мнению исследователей, связано с явлением широко распространяющейся близорукости ввиду длительного провождения времени за ПК. К тому же такие шрифтовые гарнитуры обладают хорошей отражаемостью на всех устройствах – ПК, планшетах, смартфонах, т.е. актуальны для адаптирующейся под формат девайса верстки.

Хорошим дизайном издания является более функциональный, нежели украшающий, и он не приносит в жертву журналистику и полезное содержание для того только, чтобы повысить уровень оформления. Об этом говорит известный исследователь дизайна газет Картер М.А.: «Хороший дизайн обеспечивает разумную и приятную подачу новостей»<sup>33</sup>.

С момента запуска в октябре 2014 г. «Медуза» несколько раз меняла облик в поисках наиболее оптимальной модели. Росло количество элементов мультимедиа, а большой поток новостей привел к тому, что главная страница сайта стала отражением главных тем дня (на ней располагается непрекращающийся подгружающийся поток из публикаций в режиме фото + заголовок или заголовок + иллюстративный элемент, продолжение которых находится на внутренних страницах). С переходом на блочную верстку увеличился и кегль текста. О том, как выглядел самый первый изначальный дизайн сайта см. в приложении 2<sup>34</sup>.

Эмоциональные акценты расставляются и при помощи смены цвета фона отдельных анонсов (как правило, с белого на черный). В левом верхнем колонтитуле содержатся курсы валют и стоимость барреля нефти, в левом верхнем колонтитуле размещается ползунок, позволяющий сменить традиционную блочную верстку на упорядочивание новостей в строку. Активно используются тонкие и жирные линейки, как горизонтальные, так и вертикальные, применяются так называемые «журнальные» приемы, к примеру, в рубрике «Картотека» разбивка материала на отдельные страницы –

---

<sup>33</sup> Картер М.А. Современный дизайн газет: учебное пособие. – США.: NY, 2005. – С. 11.

<sup>34</sup> См. приложение 2.

подзаголовки и каждый текст с подзаголовком размещается на новой внутренней странице и сопровождается порядковой цифрой на отдельной верхней колонке.

Издание «Медуза» стартовало 20 октября 2014 г. Именно тогда появилось и первое сообщение в социальных сетях о запуске нового проекта новостей во главе с Галиной Тимченко. И первый же вопрос пользователей со страниц фейсбука был следующим: «А почему фон темный?». Тогда фон по умолчанию был черным, шрифт белым, однако была возможность сменить цвет вручную на белый в правом верхнем углу, в настройках сайта.

В апреле 2015 года на сайте был произведен апгрейд и редизайн. В результате чего темный фон сменился светлым, пропала возможность менять фон, рубрика «Статьи» трансформировалась в «Полигон», «Темы» - в «Истории». Англоязычная версия не подвергалась изменениям<sup>35</sup>.

Осенью 2015 г. «Медуза» отметила свой первый юбилей – 1 год со дня выхода. За год ресурс растиражировал 12 тысяч материалов – 280 новостей о запретах и лишь 95 содержали информацию о разрешениях. За это время новости издания прочли 50 млн раз., а география пользователей сайта распространяется на 236 стран. По статистике, за чтением текстов ведущего репортера онлайн-издания Ильи Азара читатели провели 18 лет. Количество отметок «Мне нравится» в социальных сетях за год «Медуза» набрала 1 млн 293 тыс<sup>36</sup>.

Дизайнеры и верстальщики «Медузы» оперативно реагируют на моду в тенденциях оформления. Сегодня заголовочный комплекс и основной текст новостей набирают разными шрифтовыми гарнитурами, однако их подбор осуществляется настолько тщательно, что все начертания гармонируют друг с другом, а подбираются шрифты в заголовках и теле материалов по принципу контраста. В качестве разделительных средств используются строгие линейки. Со сменой дизайна издание приобрело новый вид – более аскетичный и

---

<sup>35</sup> См. приложение 3.

<sup>36</sup> «Медуза» отмечает годовщину выхода. [Электронный ресурс], URL: <https://lenizdat.ru/articles/1133710/> - сайт издания «Лениздат». (Дата обращения: 09.11.2015).

лаконичный, появилось больше элементов инфографики – иконок, гиф-анимаций, видео-файлов. Это связано со сменой и самой читательской аудитории. По словам издателя «Медузы» Ильи Красильщика, «подавляющее большинство читателей – мужчины, около 54% из которых в возрастной категории от 25 до 34 лет. Как правило, это жители мегаполисов, испытывающие дефицит в оперативной и качественной информации»<sup>37</sup>.

Изменилась и сама аудитория – люди сегодня больше просматривают, бегло читают, нежели вчитываются: быстрый жизненный темп диктует свои правила. К тому же выбор среди медиа разных видов растет изо дня в день. И когда издателям сайта стало ясно, что аудитория на сегодняшний день – это больше зрители, чем читатели, формат немного поменялся, а дизайн стал более молодежным и лаконичным, что в целом, соответствует возрастной аудитории пользователей сайта.

Несмотря на широкие оформительские и дизайнерские возможности, мультимедийные элементы и инфографику, основным элементом издания по-прежнему остается текст. Текстовая композиция строится по схеме «для облегчения восприятия текста». Если читатель испытывает некий дискомфорт в процессе чтения, на популярности СМИ это отразится в первую очередь.

Оценивая разные элементы издания по способности удерживать читательское внимание, пальму первенства между собой по праву делят заголовок и иллюстрация. Заголовок – один из самых важных элементов текста. С него начинается знакомство потребителя информации с продуктом – новостью. Потому и оформление заголовков имеет большое значение при создании индивидуального облика издания.

Учитывая современные тенденции оформления заголовков, подзаголовков и рубрик, важно отметить укрупнение кегля шрифтовой гарнитуры как одну из существенных тенденций. Мода на крупные заголовки объективна, при том, что задача заголовков – привлечение внимания.

---

<sup>37</sup> Красильщик И.В. Новости mobile vs web. Кто, как и зачем читает новости в телефоне. 2015. [Электронный ресурс], URL: <http://lifehacker.ru/2015/05/29/ilya-krasilshhik-meduza-verstaem-sajt-v-pryamom-efire/> (Дата обращения 30.03.2016).

Главной тенденцией и сегодня остается соответствие стиля заголовка его содержанию. Форма «работает» на содержание, вызывая у аудитории подсознательное ощущение целостности всей композиции, интригую и обращая на себя внимание.

Большую смысловую нагрузку несут фотоиллюстрации. От их качества зависит – будет ли издание востребованным или канет в лету. На успехе издания благоприятно сказывается, когда фотокорреспондент использует весь арсенал средств, а именно фотоиллюстрации различных жанров – фоторепортажи, фотопортреты, фотонатюрморты, фотопейзажи, фотообвинения, фотоплакаты, фотоочерки и фоторепродукции. Качественные снимки – «лицо» газеты.

Гуревич С.М. отмечает: «В качестве иллюстрации можно использовать и различные виды фоторепродукции – картин отечественных и зарубежных художников, документов, книжных страниц и фрагментов газетных и журнальных публикаций. Они дают возможность точно воспроизводить части текстов и иллюстраций, напечатанные в других периодических изданиях, в частности в тех, с которыми полемизирует газета, публикующая фоторепродукцию. В роли фотоиллюстраций могут быть использованы и кинокадры, связанные с текстом кинорецензии или с рекламой нового кинофильма»<sup>38</sup>.

Рассматривая фотоиллюстрации украинского онлайн-портала [www.tch.ua](http://www.tch.ua) можно убедиться в том, что большинство изображений – динамичные, качественные и отснятые фотографами ТСН. Постановочных фото обнаружено при анализе снимков не было.

Поскольку новые средства информации возникли как итог взаимодействия ТВ, РВ и Интернета, а также гармоничного сочетания материалов из социальных сетей и информационных агентств, великое значение сегодня придается использованию аудиовизуальных средств. В онлайн-журналистике наряду с фото значимость приобрели и видеосюжеты. Они вызывают доверие пользователей и призваны охватить событие максимально

---

<sup>38</sup> Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 141.

полно, продемонстрировать проблему ярче и высветить ее особенности. Современные издания в Интернете активно используют возможности традиционного ТВ. К примеру, «Медуза» применяет особые подходы к отбору видеосюжетов: как правило, это краткие сообщения длительностью не превышающие 2-х минут, из проверенных и достоверных источников и полностью отражающие суть материала.

Исследователь Сергеев Е.Ю. в своем произведении «Интернет-телевидение: современные информационные потребности общества» пишет: «От текстовой и графической информации пользователи постепенно перешли и к мультимедиаконтенту – музыке и видео»<sup>39</sup>.

Симбиоз фото и видео хорошо представлен в материале «Медузы» под названием «Нагорный Карабах. Армянские и азербайджанские войска вступили в новое острое противостояние»<sup>40</sup>. Отметка «Главное» указывает на высокую значимость и актуальность материала, а оформление при помощи фото и видео приковывает внимание. В большой массив текста включен кадр, на котором врачи оказывают помощь ребенку, раненному в результате обстрела в Нагорном Карабахе. Кстати, фото у «Медузы» не всегда эксклюзивные – данный кадр взят с сайта PAN Photo. Это репортажный снимок и обратив на него внимание, можно заключить, чему посвящено содержание публикации – речь идет о вооруженном противостоянии, приведшем к госпитализации.

Материал разбит на смысловые блоки, разделенные подзаголовками и видеосюжетами. Сначала читателей вводят в курс произошедшего, затем приводят данные о потерях сторон со ссылками на первоисточник (именами заявителей), после обрисовывают картину, предшествующую эскалации и в завершение разбирается реакция международных организаций и их вмешательство в целях урегулирования конфликта. Видеофайлы содержат съемки Reuters – одного из ведущих информационных агентств мира. Видео

---

<sup>39</sup> Сергеев Е.Ю. Интернет-телевидение: современные информационные потребности общества // Научные труды СЗИУ РАНХиГС. 2014.. Т. 5. Вып. 1. № 13 – С. 380.

<sup>40</sup> См. приложение 4.

дополняется бегущей строкой агентства, где рассказывается история происшедшего.

Таким образом, стало очевидно, что видео в данном примере является органичным продолжением текста и вносит в сообщение свои корректизы – позволяет пользователям глубже окунуться в суть события. Ценность такого приема – использования видеофрагментов, состоит в возможности оперативно получать отклик от аудитории и совмещать таким образом канал массовой информации с каналами личного общения.

Качкаева А.Г. придерживается в этом отношении следующего мнения: «Трансформация видео в сети неизбежна: так же, как телевидение аккумулировало в себе свойства и эстетику предшественников – газет, радио и кино, так теперь видео в Сети пользуется короткометражными жанрами традиционных медиа и усиливает их интерактивность»<sup>41</sup>.

Что касается онлайн-издания Украины [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) заметим, что в проанализированных автором материалах в количестве 150 публикаций, видео не оказалось. Возможно, это связано с тем, что для потокового видео на сайте имеется отдельный раздел «Видео», где каждый желающий имеет возможность посмотреть специально отснятые редакционной службой видеосюжеты и прочитать к ним сопроводительный текст, размещенный справа.

В украинском издании [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) зрительными акцентами пользуются более, чем активно. Инфографика широко представлена в материалах различной направленности. В публикации «"Солодка" декларація: статок Порошенка у цукерках "білочка"» («Сладкая» декларация: состояние Порошенко в конфетах «Белочка»)<sup>42</sup> представлена таблица, показывающая состояние Порошенко в конфетах «Белочка» в соотношении цена к массе и количество произведенных конфет в течение года. Таким образом, данные таблицы ясно иллюстрируют цифры, тогда как эти же данные в тексте могли остаться и вовсе

---

<sup>41</sup> Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. – М.: Аспект Пресс, 2010. – С.135.

<sup>42</sup> См. приложение 5.

незамеченными. Благодаря тому, что дизайнеры изобразили наглядно факты, читатели обратили на них пристальное внимание.

Следующей группой средств, оказывающих влияние на привлечение внимания потенциальной аудитории, являются стилистические особенности издания – так называемые изобразительно-выразительные средства. Эта группа средств относится к текстовой и, в отличие от предыдущей, не бросается в глаза при первом знакомстве с изданием. Для того, чтобы понять, в чем заключается ее сущность, необходимо обратить внимание на серию материалов, проанализировать широкий перечень журналистских произведений.

Важнейшими структурными элементами новости, наряду с прочими журналистскими произведениями, являются заголовок, лид и завершение. Чтобы удерживать внимание читателя на протяжении всего материала, важно грамотно выстроить композицию текста и сделать каждый из вышеперечисленных элементов привлекательным. Согласно мнению исследователя Колесниченко А.В.: «Заголовок должен: быть ясным высказыванием, заключать в себе основную идею текста, не противоречить содержанию материала, быть корректным, легко схватываемым и понятно сформулированным, возбуждать интерес читателя»<sup>43</sup>.

Главный редактор «Медузы» Тимченко Г. в интервью изданию «My Media» приоткрыла завесу тайны относительно создания заголовков в «Медузе»: «За мою жизнь мне встречалось пару журналистов, которые умеют писать заголовки – это классика жанра. Их должен писать редактор, но обязательно советуясь с журналистом»<sup>44</sup>.

Заголовок можно построить с учетом разных принципов – в нем может фигурировать цитата, крылатое выражение, видоизмененное, но узнаваемое словосочетание – пословица, фразеологизм, знаменитая фраза из известного кинофильма, песни... Средств в создании заголовков – огромное множество,

---

<sup>43</sup> Колесниченко А.В. Прикладная журналистика: учебное пособие. – М.: Изд-во Московского ун-та, 2008. – С. 97.

<sup>44</sup> Интервью Г. Тимченко. [Электронный ресурс], URL: [http://mymedia.org.ua/articles/media/otkroveniya\\_meduza.html](http://mymedia.org.ua/articles/media/otkroveniya_meduza.html) (Дата обращения: 25.10.2014).

главное условие – наличие фантазии автора. Как правило, заголовок является концентрацией лида и раскрывает его сущность. Главная мысль лида обычно совпадает с заголовком. Нередко заголовки рассматриваемых изданий украшает информация об источниках информации – «”Новая газета” опубликовала расследование о скандальных офшорах»<sup>45</sup>, активно используются литературные приемы (например, тропы – метафоры, литоты, гиперболы и др.) – «Одесситы устроили “теплый” прием» прокурорам с виселицей и шинами»<sup>46</sup>.

С учетом пробелов заголовок в обоих исследуемых онлайн-изданиях не превышает по объему 70 символов. Практика показывает, что именно 70 знаков – достаточно для полноценного выражения основной мысли журналистского произведения. Преимущество краткого заголовка заключается в том, что при использовании информации с сайта другими СМИ вероятность, что заголовок подвергнется изменениям и будет трансформирован, снижается. А значит, смысл сообщения не исказится.

Наличие промежуточных заголовков – еще один способ привлечения внимания. Как правило, в изданиях «Медуза» и ТСН любой текст, превышающий объем в 6-8 абзацев, делится на логически связанные части, каждая из которых имеет свой подзаголовок, состоящий обычно из 5-7 слов. Это облегчает восприятие объемных материалов: сложный текст делится на структурные элементы, упрощая задачу поиска информации на странице.

Почему важно сделать заметный и интригующий заголовок? Ответ на этот вопрос очевиден. Вероятность прочтения заголовка в соотношении с остальным текстом публикации составляет 90%, так как глаз автоматически распознает крупный шрифт. Когда же внимание аудитории не удалось привлечь оригинальным заголовком, материал так и оставался незамеченным, а значит, вероятность того, что его станут читать снижается в 90% случаев.

Исследователи рекомендуют остановиться на определенном стиле заголовков, чтобы заголовочный комплекс был сразу узнаваем и отождествляем

<sup>45</sup> См. приложение 6.

<sup>46</sup> См. приложение 7.

с изданием. Все в онлайн-СМИ должно было выдержано в едином стиле, не допускается каламбура, отхождений от наработанного изданием имиджа, благодаря которому публика распознает полюбившееся СМИ. А чтобы этот стиль был неповторим, требуется выработать собственную манеру и сохранять традиции в написании заголовков, естественно, привнося в них нововведения, не отставать в стороне от тенденций и модных веяний. Об этом исчерпывающе выразился Гуревич С.М.: «Стиль заголовков не следует менять в течение достаточно длительного времени. По стилю заголовков публикаций, как и по другим особенностям дизайна издания, постоянный читатель может узнать свое издание, даже не глядя на название»<sup>47</sup>.

Какие особенности заголовков в «Медузе» были обнаружены в ходе изучения? Заголовочная мода в онлайн-СМИ сегодня демократична. Но несмотря на это, в основе замысла заголовков «Медузы» лежат две отличительные черты: во-первых, все они глагольные и, как правило, отражают завершенное действие, а не его процесс: «В международное расследование об офшорах попали 12 мировых лидеров»<sup>48</sup>. Во-вторых, как отмечалось ранее, объем заголовка не превышает 70 символов.

На украинском онлайн-портале ТСН прослеживается иная тенденция: здесь в заголовочном комплексе активно используются литературные приемы и нет той строгости, которая была замечена у «Медузы». Например, «Почему дело Савченко шито белыми нитками»<sup>49</sup>, «"Хотите премьера – берите премьера". Народный фронт заявил о своих предложениях для новой коалиции». Таким образом, заголовки в украинском СМИ более эмоциональные, с элементами экспрессии и в их основе прослеживается элемент расследования, активно применяются литературные приемы. Заголовки не отличаются строгостью, как в «Медузе» и по количеству знаков превышают оные в российском онлайн-издании. Как правило, заголовки украинского портала содержат в своем составе от 7 слов и более.

<sup>47</sup>Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект-Пресс, 2004. - С. 153.

<sup>48</sup>См. приложение 8.

<sup>49</sup>См. приложение 9.

Уникальная особенность «Медузы» – на первой полосе в самом верху издание дает анонсы «горячих», но еще не готовых к публикации материалов. Так читателю дают понять: материал скоро будет опубликован. А возможности гибкой верстки позволяют дать новость двумя способами блоком и картинкой. Традиционные СМИ (газеты и журналы) меняют формат верстки под влиянием центральных событий и в зависимости от их степени значимости. В этом и заключается первая цель современных изданий – выделить из информационного шума нужные темы, переосмыслить их, добавить новое и переупаковать.

В интервью Тимченко Г. рассказывает, в чем кроется секрет необычной успешности «Медузы»: «Нет ничего хуже бездумного обновления новостей. Мы отбираем 40-50 главных новостей в день – все остальное отправляется в помойку. Пусть другие пишут. Мы не новостное агентство, чтобы охватить все. Для этого нужно иметь в 400 новостников. Вопрос: зачем? Не существует читателя, который бы с одинаковым интересом читал 400 новостей»<sup>50</sup>.

Чем еще онлайн-медиа готовы привлечь читательское внимание? Разумеется, быстрой и понятной навигацией, демонстрирующей уважение к читателю: он каждую минуту проведенного времени на сайте знает, где находится. К тому же успешность гибкой верстки налицо: издание не придерживается только полосной или только табличной верстки. Каждый день сайт обретает новое обличие в зависимости от количества важных сообщений и их упаковки. На сайте [www.medusa.io](http://www.medusa.io) на первом экране присутствуют самые разные блоки: большой, средние в количестве двух, три и четыре еще меньшие. Т.е. верстка осуществляется в соответствии с повесткой дня: новости перемещаются кликом мыши. Как это необходимо редактору. Любая из новостей может быть заголовочной или картиночной. Помимо прочего, оба вида можно совмещать. К примеру, произошло что-то очень важное, и редактор делает это новостью дня путем перетаскивания мышкой материала на первую

---

<sup>50</sup> Интервью Тимченко Г., 2015. [Электронный ресурс]. URL: [http://mymedia.org.ua/articles/media/otkroveniya\\_meduza.html](http://mymedia.org.ua/articles/media/otkroveniya_meduza.html) (Дата обращения 31.03.2016).

полосу – удобно. Таким образом, верстка и внешний вид главного экрана меняется каждый час. Существует объединение новостей по тематическим блокам, сюжетам, дате, географическому положению.

Страница же с телом новости создана так, чтобы читателю хотелось скроллить и идти дальше, читая о событии поэтапно, а не закрыть страницу и покинуть сайт.

Лид – первый абзац текста, выделенный жирным шрифтом. Если задача заголовка – привлечь внимание публики, пробудить в ней интерес, то задача льда – удержать это внимание на конкретном материале. Если речь идет о новостной заметке, то очевидный плюс лиды – изложить суть события максимально ясно. «Даже если читатель ограничится прочтением лиды и не станет углубляться в текст статьи, он все равно окажется информированным о событии»<sup>51</sup>, – отмечает Колесниченко А.В.

Однако суть события необходимо изложить таким образом, чтобы первый абзац был индивидуальным и эксклюзивным, поскольку об одном и том же происшествии напишут все издания, покажут на ТВ. Считается, что хороший лид имеет первым словом именно существительное и отвечает на вопросы именительного падежа. Так, например, новость на украинском портале ТСН под заголовком «Скандалного судью Вовка отстранили от работы»<sup>52</sup> имеет следующий уточняющий лид: «Служитель Фемиды известность получил по ряду громких решений». Таким образом, журналист не только сумел приковать внимание аудитории сенсационным заявлением, но и добился неповторимого стиля в написании лиды, то есть задача первого абзаца в данном материале была выполнена вдвойне и вызвала необходимый результат.

Место размещения материала – важный аспект, влияющий на эмоциональную сторону читательской аудитории. Главной целью организации материалов является желание облегчить читателю восприятие информации, помочь разобраться в содержании; не прилагая никаких усилий, читатель должен найти нужную информацию в считанные минуты. Задача же подготовки новостей на онлайн-портале – привлечь внимание аудитории к важнейшей информации. Гуревич С.М. отмечает: «Организовать материалы номера – значит руководить вниманием читателя. Таким образом, организация материалов выступает как фактор повышения эффективности издания, усиления его воздействия на аудиторию»<sup>53</sup>.

После того, как все материалы номера разбиваются по рубрикам, публикации разделяются по значению, актуальности, оперативности. Из всех текстов избирают наиболее интересные и дополняют их другими материалами, сообщающими читателям детали события. Актуальные материалы, важные по

<sup>51</sup> Колесниченко А.В. Прикладная журналистика: учебное пособие. – М.: Изд-во Московского ун-та, 2008. – С. 99.

<sup>52</sup> См. приложение 10.

<sup>53</sup> Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 157.

значению выносят на первый экран или верстают в наиболее выгодных местах полосы, выделяют яркими заголовками, интересными фотоматериалами, интригующими текстами.

В «Медузе» наиболее актуальные, социально-значимые материалы, сенсационные, шокирующие, привлекающие внимание своей неоднозначностью всегда размещаются вверху главной страницы и являются гвоздевыми. Слева на первой полосе всегда размещается анонс из последних событий.

Исследовав материалы «Медузы» и ТСН на предмет наличия разнообразных методов акцентирования внимания, можно заключить: медиа используют широкую гамму возможностей в данном направлении. «Медуза» задает тенденции моды в онлайн-журналистику России и показывает, как должны выглядеть успешные издания, издание постоянно в поисках нового дизайна, с легкостью идет на перемены. Украинский портал ТСН использует наработанный стиль, однако требуется введение новшеств и использования средств манипулирования читательским вниманием не так очевидно, как это сделано сегодня. К тому же ТСН следует обратить внимание на опыт зарубежных коллег, чтобы оставаться востребованным и конкурентным изданием на рынке СМИ новой информации.

### **1.3. Расширение представлений об источниках новостной информации в журналистике новой информации**

Эксклюзивные данные – тот маркер, по которому определяется, чем одно медиа отличается от другого. Получить устойчивые позиции на информационном рынке можно только путем предоставления уникальной информации читателю. И перед написанием новости необходимо, таким образом, определиться с объектом изучения, волнующим общественность. «Словом, в поле зрения журналистов находится многообразный мир во всех его проявлениях»<sup>54</sup>. Однако независимо от того, что будет выступать в

---

<sup>54</sup>Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2001. – С. 102.

роли объекта исследования, журналисту важно иметь навыки сбора и обработки полученных фактов. Это непреложное условие деятельности профессионального журналиста. Основным источником добычи эксклюзивной информации на сегодняшний день остается интервью, однако мастерство автора повернуть тему неожиданным образом позволяет отразить проблему в новом свете, а умение вспомнить о важном событии и первым рассказать о нем – позволяет изданию блеснуть эксклюзивом. Важно также и перманентное слежение за главными темами, развитие которых привлекает широкие слои аудитории, не оставляя такие публикации без внимания.

В ходе работы журналиста с новостями одним из главных требований, предъявляемых к автору, остается грамотная работа с источниками информации. Важное качество для журналиста – честность. Только честному журналисту поверит читатель, а источник информации доверит честному корреспонденту важные сведения. Таким образом, солидный иуважаемый в определенной области эксперт охотнее даст интервью надежному изданию, где редакционный коллектив уважительно относится к передаче смысла слов без искажений. Люди, делящиеся данными, должны осознавать, что перед ними журналист и нести ответственность за каждое произнесенное слово, уважать издание и проникнуться к корреспонденту доверием.

Информация, полученная автором материала из различных источников, должна отвечать требованиям – быть объективной, правдивой, новой, полной, достоверной и др. показателям. От достоверности источников информации будет зависеть и репутация издания. «Медуза» и ТСН отдают предпочтение тем источникам, которые открыто заявляют о себе, так называемым, названным источникам. Более половины проанализированных материалов «Медузы» созданы журналистами издания и получили информацию находясь на месте событий, остальные публикации заимствованные и содержат маркер «Из надежного источника», «Из непроверенного источника».

По своей природе текст журналиста документален, в его основе лежит неоспоримый факт, творчески написанный и обработанный журналистом. Как

пишет исследователь Ким М.Н.: «В основе любого журналистского произведения лежат факты – своеобразные кирпичики, из которых выстраивается вся его структура»<sup>55</sup>. Именно поэтому журналист без сбора данных, информации, фактов – не журналист.

Однако это не отменяет того обстоятельства, что в основу журналистского произведения может лечь отнюдь не всякий понравившийся автору факт. Для этого он должен обладать архиважными чертами – во-первых, быть новым, свежим, парадоксальным, т.е. являться новостью и представлять интерес для общества, во-вторых, факт должен быть злободневным, оперативным и дающим исчерпывающую информацию. Актуальная, волнующая массы информация может быть добыта из самых разных источников: официальных документов, из любых областей жизнедеятельности – будь то политика, экономика, культура или спорт.

Приемов сбора информации – множество. Среди них отмечаются и нестандартные, оригинальные источники получения сведений. Васильева Л.А. приводит следующий пример: «Какой глубокий новостной источник – одни лишь службы 01, 02, 03. Добавьте сюда МЧС, ФСБ, таможню, ОВИР, флот, армию, службу погоды, прокуратуру, суды, религиозные объединения. Благо, что сейчас во всех этих службах есть пресс-секретари. Конечно, их основная задача – формирование благоприятного имиджа своей службы. Пресс-службы сами охотно идут на контакт, если их деятельность освещается объективно, сбалансировано. Но при этом не забывайте о сотрудничестве на гонорарной основе. Тогда вам наверняка будет поставляться эксклюзив»<sup>56</sup>.

Важно понимать, что никакая информация не распространяется без причины. Здесь следует особенно остановиться на неофициальных источниках, не желающих быть названными. В этой связи журналисту необходимо уметь видеть далеко, прогнозировать возможность манипулирования со страниц

---

<sup>55</sup>Ким М.Н. Новостная журналистика. Базовый курс: учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – С. 135.

<sup>56</sup>Васильева Л.А. Делаем новости!: учебное пособие. – М.: Аспект-Пресс,

своего издания и пресечь всякие попытки анонимного лица делать заявления со страниц СМИ. Часто приходится жертвовать эксклюзивностью, если есть даже малая доля неуверенности в достоверности информации.

Ссылка на источник и у «Медузы», и у ТСН находится или в заголовке, или в первом предложении первого абзаца текста. При этом обычно понятно сразу, каким путем была получена информация: «Как заявил министр финансов на конференции», «согласно документу», «уточняется в заявлении». Таким образом, читатель осознает, что именно стало поводом передачи сведений по каналам коммуникации.

В ходе исследования в выбранных публикациях не были обнаружены конструкции в безличной форме «Сообщили в министерстве», «Сказали в ведомстве» на площадках изучаемых медиа. Подобные формулировки снижают степень ответственности и не вызывают доверия у пользователей. Конструкций «было заявлено» так же не выявлено, поскольку и это свидетельствует о безликости заявителя. Это дает право заключить, что издания заботятся о сохранении и приумножении читательской аудитории и не распространяют домыслы, полагаясь лишь на надежность в выборе источников информации. В материалах уточняется, кто именно сказал, какой министр и в какому ведомству он принадлежит. Фраза «по сообщениям из надежных источников» так же не была обозначена в спектре 300 публикаций, но обнаружена отметка «Надежный источник» на сайте «Медузы»: она действует как особый фильтр, далее в теле публикации источник указывается более подробно.

Используя цитаты, журналисты избегают формулировок «выразил беспокойство», «посетовал», так как это отсылает к чувствам говорящего, а журналист не может быть до конца уверен в том, какие эмоции ощущал человек. Поэтому выражения заменяются конкретными «Заверил», «Сказал», «По мнению».

Основные источники информации: интервью, документы, пресс-релизы и Интернет. От обвинений в ложном или частично ложном цитировании защититься можно только имея диктофонную запись, вот почему так важно

фиксировать данные. Записи интервью (в рукописном и аудио-формате) обычно хранят в течение года, не менее и при необходимости возвращаются к ним вновь. Таким образом, автор защищает себя в случае беспочвенных обвинений и судебных разбирательств.

Неоспорим тот факт, что большую часть получаемой журналистом информации он извлекает из живой беседы с людьми, имеющими прямое или косвенное отношение к происшествию. В общих чертах, интервью относится к числу жанров журналистики, при котором организуется речевое взаимодействие и направляется журналистом в соответствии с ясно обозначенными и осознаваемыми задачами познания. Лазутина Г.В. позиционирует жанр интервью, как «метод, предполагающий выработку тактики и стратегии, удовлетворяющих условиям взаимодействия между интервьюируемым и журналистом»<sup>57</sup>.

Зачастую журналист при общении с очевидцами событий получает не только фактические данные и статистические сведения, но и расширяет собственный кругозор, знания в определенной области, знакомится с мнением опрашиваемого по конкретной ситуации, получает объяснения и комментарии события, а главное выведывает у экспертов о предположениях и прогнозах относительно сложившейся ситуации. Не каждый готов открыться перед репортером. Вот почему для журналиста важно знать психологические особенности общения – от этого зависит умение «разговорить» собеседника.

Ким М.Н. выделяет следующие виды журналистского интервью. «В зависимости от содержания беседы, интервью бывают формализованные и неформализованные; первые предполагают четкое информирование журналиста о факте, в то время как вторые более склоняются к получению обширных сведений о собеседнике. По степени интенсивности интервью уместно делить

---

<sup>57</sup>Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 155-156.

на короткие, средние и фокусированные, причем каждый из видов применяется в зависимости от целей, преследуемых журналистом»<sup>58</sup>.

В спектре множества сведений, получаемых журналистом из широкого многообразия источников информации, важное место занимает так называемая аудиторная информация. Во многом реакцию на сообщения медиа позволяет отслеживать взаимодействие с социальными сетями, интерактивность призвана дать пользователю возможность высказаться, а издателю понять, какие настроения и какой отклик вызывает произведение автора. Без постоянного получения данных и глубокого изучения того, как целевая аудитория реагирует на текущее положение дел, медиа теряют шансы на конкурентоспособность выпускаемой продукции. «Изучение аудитории – необходимая и важнейшая сторона профессиональной работы в СМИ. Профессиональной не только в смысле исполнения служебных обязанностей, но и с точки зрения квалифицированного, грамотного подхода к аудитории»<sup>59</sup>.

Для этого используется метод анкетирования. Он позволяет получить данные об общественном мнении, общественный опыт по отдельному вопросу, узнать состояние общественного сознания. Для получения данных прибегают к одной из форм анкетирования – опросам. Метод имеет и массу погрешностей, заключающихся в индивидуальных особенностях восприятия, свойствах памяти и специфики избирательности внимания.

Традиционные опросы – в прошлом. Сейчас медиа ищут новые способы самовыражения. «Медуза» в качестве опроса предлагает разные варианты тестов. К примеру, «Узнай Москву по фотографии»<sup>60</sup>, где представлено 10 вопросов, органично сконструированных на нескольких html-страницах. Здесь удачно сочетается проверка знаний и развлечение. Т.е. это один из способов так называемого «инфотейнмента».

<sup>58</sup> Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А, 2001. – С. 104 – 118.

<sup>59</sup> Корконосенко С.Г. Журналист и информация. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 1994. – С. 55.

<sup>60</sup> См. приложение 11.

На сайте [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) не было обнаружено проявлений взаимодействия с аудиторией посредством тестов, опросов, анкетирования, общение с публикой возможно лишь в рамках комментирования материалов на сайте , а также в социальных сетях. К слову, страница издания в фейсбуке имеетколо миллиона подписчиков и пользуется успехом у читающей аудитории.

Общение между коллегами-журналистами остается неиссякаемым источником полезной информации, когда активно обмениваются событиями, фактами, анализируют и осмысляют полученную информацию, уточняют сведения, концепции, таким образом развивая тему. Журналист-практик Аграновский В.А. об этом писал: «Не понимаю редакций, в которых классическая тишина, где в кабинетах такой чинный канцелярский порядок, а на стенах висят обязательства выдать столько-то строк в месяц, перегнав соседний отдел. Редакция ведь не контора, как бы мы не иронизировали по этому поводу, редакция – это «живое» место, перекресток, где происходит вечное движение ног и мыслей, где набиваются в один кабинет из всех остальных, чтобы поговорить. Где идет творческое обсуждение номеров, планов и проблем с правом безнаказанно высказываться, где культивируют «мозговые атаки», где с интересом ждут возвращения коллег из командировок и куда с радостью возвращаются. Только в этой атмосфере возможен продуктивный обмен информацией»<sup>61</sup>.

Сегодняшние реалии диктуют свои правила: шумных мозговых штурмов, может, и нет, потому как имеются технические возможности опосредованного общения при помощи девайсов и многочисленных гаджетов. На творческую деятельность обмен знаниями влияет более, чем плодотворно, а главное, это позитивно отражается на качестве преподносимой СМИ информации.

Социальные сети сегодня – мощный источник коммуникации. Они предполагают тесную работу журналиста с пользователями, т.е. реальной аудиторией. Однако пользоваться информацией из публикаций в социальных сетях следует с осторожностью. Пользователи публикуют информацию

---

<sup>61</sup> Аграновский В.А. Вторая древнейшая. – М.: Аспект-Пресс, 1999. – С. 103-104.

эмоционально, хаотично, однобоко. Она требует проверки в подлинности, зависит от умения журналиста «ловить тренды».

Наблюдение служит неиссякаемым источником данных. С его помощью автор получает возможность детально изучить явление, но сделать это равномерно во всех направлениях, а не только рассмотреть отдельный ракурс. Систематическое наблюдение интерпретируется как своеобразная ориентация на получение важных сведений именно о развитии отдельной области, о поведении конкретного человека при многократных взаимодействиях в течение длительного периода времени. Важно и то обстоятельство, что, даже при множестве недостатков, наблюдение имеет ярко выраженный личностный характер – в зависимости от того, кто ведет записи в блокнот будет разнится и содержание.

К примеру, записи журналистов отличаются в зависимости от специфики личности – встречаются описания места и действия, его участников, оценки и прогнозы, анализ ситуации, эмоциональные выражения участников события... Записи разнятся и в зависимости от того, какая задача стоит перед автором будущей публикации – интерпретатор он, или мастер аналитического, публицистического жанров, используются для написания материалов. Эти нюансы являются передатчиками настроений и чувств, участвуют в формировании «эффекта присутствия» у читающей аудитории.

Обращаясь к мнению Лазутиной Г.В., становится очевидно, что особенность наблюдения как одного из ведущих источников информации заключаются в том, что контакты при этом выгодно дополняются важным для журналиста накоплением документальных материалов, в которых и содержится специфика жизни объекта. К тому же наблюдение позволяет раскрыть свежие и неизменно повторяющиеся моменты жизни определенного явления, объекта.<sup>62</sup>

Следующим особенно необходимым автору источником информации по праву является эксперимент. Несмотря на то, что используют его реже

---

<sup>62</sup>Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М.: Аспект-Пресс, 2000. – С.174.

наблюдения ввиду больших временных затрат, порой только эксперимент позволяет получить необходимые сведения и с лихвой оправдывает приложенные журналистом для его осуществления усилия.

Лазутина Г.В. считает эксперимент особым методом получения информации о явлении или объекте путем выявления реакции на экспериментальный фактор, в качестве которого выступает какая-либо из изменяемых характеристик<sup>63</sup>. Интуитивно журналисты нашли возможность открывать для себя таким образом новое о людях и ситуациях, однако это были лишь отдельные эпизоды в профессиональной практике. В процессе исследования «Медузы» и ТСН мы использование эксперимента как способа получения эксклюзивной информации не было обнаружено.

Оригинальность пресс-релиза опытные исследователи советуют уточнять непосредственно у представителей пресс-служб: история помнит получение фальшивых документов по почте, внешним видом не отличающихся от подлинника.

Иногда в качестве источника данных выступают слухи, получившие широкий общественный резонанс. Непосредственно о слухах «Медуза» и ТСН не сообщают, но подчас выступают в качестве их опровержения. Например, новость «Минобороны России опровергло слухи о сбитом в Сирии самолете»<sup>64</sup> с указанием на источник – информационное агентство «Интерфакс».

Интернет-мощный источник получения сведений, однако издания такого масштаба, как «Медуза» и ТСН не могут позволить себе использовать недостоверные сведения. Вот почему информация добывается из официальных источников, ведущих информационных агентств, подчас в одном материале (особенно если речь идет о военном конфликте) используется информация из официального источника всех участвующих в конфликте сторон. К примеру, материал «Армянские и азербайджанские войска вступили в острое противостояние»<sup>65</sup> раскрывает суть конфликта, его историю и происхождение и

---

<sup>63</sup> Там же: - С.175.

<sup>64</sup> См. приложение 12.

<sup>65</sup> См. приложение 4.

дает в качестве источников позицию армянских и азербайджанских официальных СМИ, мнения простых людей, врачей и др.

Сегодня имеет место быть достаточно широкая система информирования журналистов. К основным ее формам исследователь МГУ им. Ломоносова Лазутина Г.В. относит следующие:

1. Брифинги – краткие совещания представителей СМИ, благодаря которым производится знакомство журналистов с мнением государственных чиновников, руководителей компаний и иных структур и подразделений, влияющих на формирование общества, по заданному вопросу.
2. Презентации – заранее заявленные встречи журналистов или социума с представителями общественных, государственных или частных учреждений. Как правило, презентации актуальны при оповещении общества и медиа о возникновении новой продукции, предприятия или при получении структурой определенных, важных для всех, результатов жизнедеятельности.
3. Пресс-конференции представляют собой встречи государственных, общественных деятелей, а также деятелей науки, искусства, культуры и др. с журналистами с целью оповещения общественности о предстоящих актуальных мероприятиях или для ответа на назревшие вопросы при возникновении накаленных ситуаций.
4. Пресс-релизы – официальные документы, включающие краткие сводки информирования СМИ о текущих фактах в определенной области, которые готовят представители пресс-служб.
5. Особые бюллетени о происходящих событиях в определенной сфере деятельности, тиражируемые специальными структурами – информационными агентствами.
6. Экстренные, форс-мажорные сообщения, рассылаемые в срочном порядке по факсу или электронной почте от пресс-центров и пресс-секретарей

государственных служб, министерств и ведомств и иных общественно значимых объединений<sup>66</sup>.

Вышеперечисленное дает возможность полагать, что получение информации всегда является отражением взаимодействия журналиста с объектом. Поэтому, выбирая определенный источник информации, журналист должен учитывать: цели получения сведений – информирование читательской аудитории с конкретной ситуацией, знакомство читателя с мнением отдельного лица или расследование причин сложившихся обстоятельств. Важно учитывать также и доступность источников получаемой информации, особенно если речь идет об интервью – если журналиста интересует мнение компетентного лица по определенному вопросу, то слово лучше предоставить эксперту.

Успех интервью складывается из множества факторов, но центральным из них является подготовка журналиста, заключающаяся в поиске вопросов, получения компетентного мнения следует изучить материалы прессы, найти сведения о биографии интервьюируемого, ознакомиться с результатами его профессиональной практики и др.

На подготовку материала существенное значение оказывают сроки сбора информации. Если журналист располагает значительным временем, то он может воспользоваться экспериментом, провести анкетирование, пообщаться с очевидцами, взять мнение специалиста, обратиться к помощи документации. Но если репортер готовит новость, которую необходимо сдать в течение часа, он может лишь ограничиться телефонным разговором с источником информации или связью посредством социальных сетей.

В ходе изучения информации об источниках информации выяснилось, что сегодня существует огромное множество источников получения сведений, к которым относятся эксперты, социальные сети, документы, пресс-центры, министерства и ведомства. В отдельных случаях источником может послужить календарь – например, при написании колонки к дате. Но для успешного

---

<sup>66</sup>Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 54.

осуществления своей работы журналисту требуется умение одинаково хорошо использовать все виды источников информации. Это важное требование необходимо для эффективности результата – получения профессионального журналистского текста.

Эти источники информации поставляют редакциям СМИ сведения, которые в дальнейшем находят отражение в материалах печатной, аудиовизуальной и Интернет-журналистики. Однако даже при использовании самого достоверного источника информации, наивысшей эффективности удается достичь тем материалам, при подготовке которых журналист обратился сразу к нескольким видам источников, используемых как элементы единой системы.

Таким образом, поиск информации становится особой наукой, в условиях которой каждый корреспондент нарабатывает собственный почерк, особую технологию работы. Это требует от автора навыка представить реальность как некую совокупность данных и знать, куда обратиться за их получением.

## ГЛАВА II. НОВЫЕ МЕТОДЫ ПОДАЧИ НОВОСТНОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ И УКРАИНСКИХ ОНЛАЙН-МЕДИА

### 1. 1. Редакционные приемы и принципы онлайн-изданий «Медуза» и ТСН

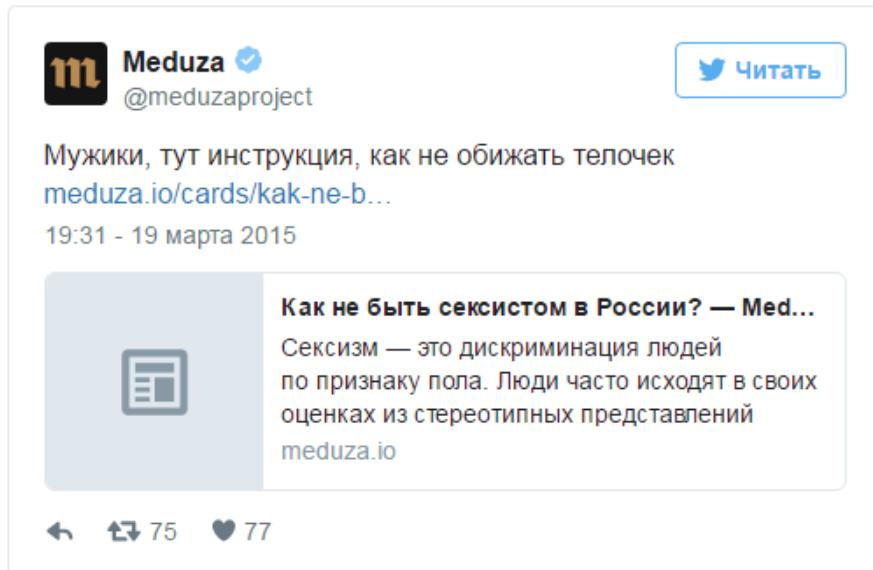
В основе работы онлайн-изданий «Медуза» и ТСН – решение важной задачи обеспечения потребителя своевременной информацией о событиях в России, Украине и за рубежом. Основной продукт работы изданий – текст, потому логично, что к его качеству предъявляются особые требования. Текстовая информация непременно соответствует следующим критериям: материалы пишутся лаконично и согласно нормам современного русского языка, употребления сложносочиненных и сложноподчиненных конструкций отмечено не было. Важный принцип – новость понятна с первого чтения, причастных и деепричастных оборотов, вводных конструкций практически не используется.

Главный принцип любого текста – **точность**, которая важна не только в целях соблюдения достоверности излагаемых сведений (когда факты не вызывают сомнений, и репутация издания остается на высоте), но и ввиду отсутствия ошибок, чтобы за них не пришлось извиняться публично. Корректность общения с аудиторией посредством аккаунтов в социальных сетях – важный аспект деятельности СМИ. Так, материал «Как не быть сексистом в России»<sup>67</sup> в твиттере «Медузы» от 25 марта 2015 года сопровождался следующим текстом: «Мужики, тут инструкция, как не обижать телочек». Логическим завершением дискуссии о феминизме и сексизме стали принесенные «Медузой» извинения за «телочек». В подтверждение см. рис. 2.2.

Некорректность информации вызывает бурную реакцию публики, и к материалу обеспечено пристальное внимание, однако минус такого приема в том, что, следуя такому курсу, издание лишится элитарной читательской аудитории и будет вынуждено публиковать только сенсационные заявления в попытке привлечь читателей. К тому же имидж такого издания обещает быть на уровне бульварного.

---

<sup>67</sup> См. приложение 13.



**Рис. 2.2. Некорректное сообщение «Медузы» в социальных сетях**

Источник: <https://twitter.com/meduzaproject/>

Искажения информации в передаче цитат, должностей, статистики, имен, цифр и дат в исследуемых изданиях обнаружено не было. Это позволяет утверждать, что постановка сведений в контекст проводится аккуратно и после многоуровневых проверок фактов.

**Быстрота передачи данных** – следующий аспект, который не может идти на компромисс с точностью информации. Быстрота – одно из основных требований, определяющих эффективность работы онлайн-издания. «Медуза» и ТСН проводят маркетинговые исследования, направленные на отслеживание своего положения в конкурентной среде.

Так, согласно данным Google Analytics рост посещаемости «Медузы» за 2015 год вырос на 94%. Средняя длительность визитов увеличилась с двух минут до трех, а число посетителей за месяц возросло с 5 млн 700 тыс. в 2014 г. до 11 млн к декабрю 2015 г.

Учет уникальных пользователей показал, что в декабре 2014 г. их число чуть превышало 2 млн человек, зато к декабрю 2015 г. уже увеличилось на 66% и стало составлять 3 млн 400 тыс. Детально данные отображаются в представленной ниже таблице.

Показатели посещаемости сайта [www.meduza.io](http://www.meduza.io) за 2014-2015 гг.

## Общая сводка

Сайт	Декабрь 2014	Декабрь 2015	Динамика за год
Визитов	5 717 249	11 087 780	+94%
Уникальных посетителей	2 050 000	3 410 000	+66%
Просмотров страниц	13 218 305	27 209 748	+106%
Глубина просмотра	2,22	2,45	+10%
Средняя длительность визита	2:44	3:18	+21%
Отказы	—	45,4%	—
<b>Приложения</b>			
Визитов	1 189 035	2 742 111	+130%
Уникальных посетителей	104 419	201 008	+93%
Просмотров экранов	8 469 439	16 694 434	+97%
Глубина просмотра	7,12	6,09	-14%
Средняя длительность визита	5:55	5:15	-11%
Новых установок	25 643	20 929	-18%
<b>«Вечерняя Медуза»</b>			
Подписчиков всего	—	43 394	—
Открытый		51,7%	
Переходов		19,8%	

*Источник: страница в фейсбуке издателя И. Красильщика*

Отчет о работе издания был опубликован издателем сайта Ильей Красильщиком в конце января на странице в фейсбуке<sup>68</sup>. У украинского портала [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) количество посещений в день по данным за январь 2016 в среднем достигает 500 тысяч, о чем сообщается на официальном сайте<sup>69</sup>. Лидирующие позиции среди новостных сайтов Украины сайт занял уже в 2012 году, когда охват аудитории составил 14,46%<sup>70</sup>. Однако абсолютного рекорда для интернет-СМИ Украины удалось достичь 2 декабря 2013 года, когда издание посетило 874 тысячи пользователей за день<sup>71</sup>. В своей деятельности оба портала стремятся мгновенно реагировать на произошедшие события, порой даже предвосхищая события. Продуктивное планирование является базисом в

<sup>68</sup> Отчет «Медузы» за 2014-2015 г. [Электронный ресурс] URL: <https://www.facebook.com/tintorero/media> (Дата обращения: 30.03.2016).

<sup>69</sup> См. приложение 14.

<sup>70</sup> Об истории украинского издания tsn.ua [Электронный ресурс] URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (Дата обращения: 30.03.2016).

<sup>71</sup> См. приложение 15.

достижении этой цели. В учебном пособии Мельник Г.С. и Теляшиной А.Н. «Актуальные проблемы современности и журналистика» говорится, что оперативность работы журналистов в Сети содействует сиюминутной передаче сведений из любой точки земного шара<sup>72</sup>.

**Объективность и уравновешенность сведений** – важная черта профессионализма в журналистике. Во избежание обвинений в предвзятости материалы излагаются с разных полюсов, публикуются мнения противоборствующих сторон. Наличие противоположных мнений особенно важно, когда речь идет о конфликтах между компаниями, людьми или связанных с правоохранительными органами. Так, в материале «Между Порошенко и Яценюком разгорелся конфликт из-за изменений в Конституции»<sup>73</sup> от 28 января 2016 г. подробно излагаются противоречивые взгляды на проблему двух участников дискуссии.

В репортаже «Медузы» от 18 марта 2016 года «Ваш поселок не санкционирован. Столкновения цыган с ОМОНом в Тульской области»<sup>74</sup> Ильи Азара показаны мнения всех сторон конфликта – цыган, незаконно расселившихся в Плеханово и не получивших разрешения провести газ и электрифицировать дома, но подключившихся нелегально к газу и электричеству. Между газовыми службами, полицией и жителями поселения разгорелся конфликт. Всем участникам споров в равной мере было предоставлено слово на страницах издания.

Информация в Интернете обновляется непрерывно, однако к увеличению количества подписчиков ведет не только скорость передачи данных, но и **эксклюзивность**. Аудитория признает такую информацию более ценной, а конкурентная борьба за опережение в подаче революционно новых, до сих пор необнародованных сведений является хорошим подспорьем для повышения репутации издания. Такая информация выгодно выделяет издание на фоне

<sup>72</sup> Мельник Г.С., Теляшина А.Н. Актуальные проблемы современности и журналистика: уч. пособие,. – СПб.: Роза мира, 2009. – С. 131.

<sup>73</sup> См. приложение 16.

<sup>74</sup> См. приложение 17.

других. Например, «Медуза» получает эксклюзивную информацию путем интервью, необычного поворота общеизвестных тем, высвечивающих новые грани проблемы. ТСН зачастую прибегает к способу раннего планирования – когда темы, вызывающие широкий общественный резонанс, на страницах издания вспоминаются активнее и всплывают быстрее конкурентов.

Дж. Уэбстер стал автором концепции майнстриминга, в рамках которой культуры развиваются по доминантным моделям убеждений, ценностей и взглядов. Исследователь определил, что реакции пользователей Интернета, ежедневно потребляющих большой поток информации, идентичны. Изучение этих реакций позволяет онлайн-медиа угадывать темы материалов, способных уже завтра стать трендовыми. Майнстриминговой темой стало освещение прав сексуальных меньшинств. И специальный корреспондент «Медузы» в эксклюзивном материале «Слушайте, да не нужно про права людей!»<sup>75</sup> от 14 января 2016 года взял комментарий у автора законопроекта о «публичном выражении нетрадиционных отношений».

Украинский портал ТСН добывая в эксклюзивном порядке данные маркирует отметкой «Эксклюзив». Одним из таких материалов стала новость от 5 января 2016 года в разделе «Политика» под названием «Автором скандальной поправки к госбюджету оказался депутат Мисик»<sup>76</sup>. В тексте приводится эксклюзивный комментарий министра юстиции Украины Павла Петренко с опровержением информации, вызванной слухами.

Профессионально оформленное информационное сообщение в исследуемых нами изданиях строится согласно определенным правилам и, несмотря на общие с традиционными медиа чертами, имеет свою специфику. А следовательно, к новостным материалам предъявляются отдельные требования или критерии по написанию. Нельзя забывать, что в Сети автор пишет не просто текст, а гипертекст. Т.е. совокупность страниц с разными адресами перенаправления, в котором выделены слова-ссылки, с помощью которых

---

<sup>75</sup> См. приложение 19.

<sup>76</sup> См. Приложение 20.

можно свободно переходить от верхней части документа к нижней, от одной страницы к другой и от одного материала или раздела к другому.

Успешное распределение информации между страницами, связанными гиперссылками, позволяет сократить текст без ущерба глубине изучения темы. Каждая страница лаконична и в целом сведения на множестве страниц содержат больший объем, чем призвано хватить печатное издание. Таким образом, интернет-СМИ с его широким списком страниц позволяет читателям глубже погрузиться в тему. Эта важная особенность, отличающая онлайн-медиа от печатной журналистики, в рамках которой информация строго дозирована и не превышает объема в рамках заданным в редакции числом полос.

Возвращаясь к разговору о критериях, предъявляемых к новостям, важно рассмотреть данный аспект на примере «Медузы». Как правило, новостное сообщение издания содержит в качестве основных элементов:

1. Заголовок 6-8 слов, содержащий глагол, выражающий законченное действие, а не процесс.
2. Первый абзац, раскрывающий суть заголовка, он же лид.
3. Цитаты с указанием источников.
4. Развернутый бэкграунд.
5. Отмеченные маркерами сведения, полученные из прочих авторитетных источников, для уточнения и полного раскрытия темы.

Новости в «Медузе», как правило, не имеют фотографий. Это специфическая особенность издания. Объем не превышает 2,5 тысяч знаков. В объемных сообщениях смысловые блоки группируются («разбиваются») подзаголовками.

На украинском ресурсе [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) требования к написанию и оформлению новостей более мягкие. Как правило, заголовок имеет от 5 до 10 слов, содержит глагол, выражающий процесс действия или результат. Информативный лид содержит не более 8 слов, текст новости не превышает объемом 1500 знаков, обычно содержит цитаты со ссылкой на источник.

Материал сопровождает фото в самом верху публикации, а пройдя по ссылке на другую веб-страницу можно получить доступ к большему числу фото.

В основе построения материалов на обоих ресурсах лежит принцип «перевернутой пирамиды», согласно которому факты приводятся в порядке убывания по результатам их значимости. В целом, материал представляет собой законченное сообщение, каждый из элементов которого представляет собой логически оправданное звено общей цепи.

В ходе исследования редакционных приемов и принципов отечественного и украинского онлайн-издания были выявлены основные критерии, являющие для обоих онлайн-изданий ключевыми: ясно изложенный и логичный текст, отсутствие сложноподчиненных конструкций, бэкграунд для глубинного погружения в тему. Тенденции, прослеживаемые в формировании заголовочного комплекса, заключаются в написании заголовков в глагольной форме завершенного и незавершенного действия.

Грамотное позиционирование текста новости зависит от выбранного автором контекста. Эта часть сообщения объясняет, почему материал был написан; корреспондент должен знать это и суметь убедить публику в необходимости выбора темы. Бэкграунд решает иную задачу – снабжает новость фактажом: цифрами, датами, статистикой, цитатами, именами собственными. Функция бэкграунда – ответить на вопрос «Почему тема важна».

Таким образом, редакционные принципы отечественного и украинского онлайн-издания совпадают по ряду важных черт. Среди них особенно выделяются точность, быстрота передачи информации, объективность, актуальность, баланс новостей. Однако в редакционной политике прослеживаются и особенности. «Медуза» в день публикует до 40 новостей, украинская ТСН ограничивается максимум 30 материалами. Отношение изданий к такому понятию, как «мэйнстримминг» различно: если «Медуза» использует любой способ максимально быстрой реакции на наиболее значимые

события, «ловит тренды», то ТСН в большей степени придерживается классической, консервативной схемы новостного отбора.

В перечне специфических особенностей изданий и взгляд на эксклюзив новостей. Если «Медуза» в целях получения эксклюзивной информации прибегает к жанру интервью (эксклюзивной не может быть информация, если на интервью присутствуют представители других СМИ), то украинский портал применяет метод раннего планирования, при котором значимыми становятся интересные темы, к которым еще не успели обратиться прочие издания. Критерии, предъявляемые редакцией к качеству новостей, для «Медузы» и ТСН также имеют различные черты: заголовки «Медузы» содержат глагол завершенного действия, ТСН – процесса действия, лид и тело новости тоже подчиняется особым канонам, которые и были отражены в данном параграфе исследования.

## **2.2. Типология материалов новостного характера и структурные элементы новостей: сравнительный анализ Медузы и ТСН**

Сведения, которые публикует «Медуза» в разделе «Новости», можно разделить на следующие типы сообщений: новости и срочные материалы, анонсы, предвосхищающие события и обобщения, когда истории развиваются по отличным направлениям и в разных местах, но объединены общей темой, явлением, героями. В свою очередь, материалы новостного характера украинского портала ТСН включают такие жанры, как срочные заявления, справки и интервью.

Понятие «новость» для изучаемых изданий заключается в отображении в материале одного важного факта или аспекта действительности. Таким образом, в публикациях новостей изучаемых изданий всегда прослеживается какой-то один факт реальности. Для ТСН, как правило, сообщение – это материал на одну историю (редко журналисты возвращаются к теме, но случаются и исключения), для «Медузы» зачастую новость имеет продолжение на несколько сообщений. Если речь идет о масштабном событии, имевшем последствия,

количество версий и источников информации резко возрастает, и событие в публикациях разворачивается с разных сторон, высвечивая порой и самые неожиданные грани.

Ценным продуктом деятельности «Медузы» является предвосхищающий события анонс. Это востребованный читателями и подписчиками издания в социальных сетях жанр, дающий начало крупным событиям с последующим продолжением. В «Медузе» анонсы даются на главной странице сайта слева и маркируются бежевым мигающим маркером с пометкой «Скоро». Для привлечения внимания, ссылка на анонс тиражируется и на официальной странице издания в социальных сетях. Для этого авторы пишут интригующие подводки, сопровождающие основной текст анонса на публикацию.

Сообщение-анонс, как правило, не превышает объема в 1 абзац и имеет заголовок в глагольной форме. Во главу угла в таком сообщении выносится содержание и время события – т.е. загодя сообщается, что состоится пресс-конференция Президента и запускается обратный отчет времени. Обычно анонс содержит факты, которые в дальнейшем используются как основу для написания полноценной новости в течение дня. Таким образом, масштабные события, наиболее ожидаемые мероприятия становятся темой для анонсов.

Время публикации анонсов жестко не регламентируется: как правило, когда становится известно о событии, создается сразу же анонс – он появляется на сайте в режиме реального времени, т.е. 24 часа в сутки.

В понятие обобщение, применительно к сайту «Медуза», входит профессионально созданный журналистский продукт, объединяющий несколько важных историй в одну и дающий прогноз на будущее. Например, материал «Почему нефтяной саммит в Дохе провалился»<sup>77</sup> от 18 апреля 2016 года рассказывает не только о результатах саммита, но и дает сводку о ситуации на Аравийском полуострове о добыче нефти, отношениях между странами-членами ОПЕК и дополнительные нюансы события. Чтобы представить ситуацию более наглядно, издание публикует 3 дополнительных текста о

---

<sup>77</sup> См. приложение 18.

мировом нефтяном рынке<sup>78</sup> из других источников. Обобщение включает в себя аналитический материал с прогнозом и предоставляет публике информацию о том, как развивалась ситуация и что последует в будущем, т.е. включает небольшой прогноз.

Обобщения на сайте появляются при соблюдении нижеперечисленных условий:

1. Тема сообщения на день публикации является самым важным событием.
2. Событие развивается в течение дня, и авторы находят в нем новые интересные читателю факты, о которых сообщить следует не откладывая.
3. Событие вызывает широкий общественный резонанс и требует доведения до логического завершения.

Справка – форма журналистского материала, в рамках которой повествуется о событиях повышенной значимости. Здесь используется исключительно бэкграунд (основа журналистского продукта) – расположенные в правильной последовательности факты. Таким образом, факты четко выделены и полностью отделены от контекста – это специфичный сухой текст. Справка имеет заголовок, в котором сообщается о событии, лежащим в основе материала. Зачастую, справки делаются и в связи с круглыми датами и международными праздниками.

К примеру, 8 мая 2016 года на сайте ТСН появилась справка о Дне Красного Креста и Красного Полумесяца<sup>79</sup>, где наглядно продемонстрирована история Международного Комитета Красного Креста и Красного Полумесяца и дана подробная сводка наиболее важных мероприятий и событий, прошедших под эгидой организации за все ее время существования, достигнутые результаты и важные исторические вехи.

На примере данного материала становится очевидно, что справка представляет собой хронологию с описанием дат и последующих событий. Как правило, эти материалы пишут в обратном порядке, т.е. последние события

<sup>78</sup> См. приложение 21.

<sup>79</sup> См. приложение 22.

записываются в самом начале и далее по убыванию. Биографии так же можно назвать отдельной разновидностью справок. К примеру, когда на политической арене появляется важный игрок, намечается юбилей важного лица, стартуют выборы Президента на сайте появляются биографии, которые в рамках редакционной политики оформляются в виде справок.

Обычно справка пишется, когда происходят следующие события:

1. Назначение чиновника на крупную должность.
2. События международного значения – встречи ШОС, стран Большой восьмерки, заседание ООН и др.
3. Пригодные катаклизмы и форс-мажорные обстоятельства – землетрясения, цунами, торнадо.

Интервью – жанр, выполняющий сразу множество задач, главными из которых являются возможность получить эксклюзивный комментарий, а также получение ответа на резонансный вопрос у эксперта. Как правило, новостные материалы на украинском сайте ТСН создаются с элементами интервью. Это позволяет судить о том, что и в интервью просачивается новостное начало. В качестве ньюсмейкеров выступают известные чиновники, руководители компаний, общественные деятели, лидеры партий. К примеру, в публикации от 9 мая 2016 года «Порошенко перенес визит в Великобританию из-за ситуации в Верховной Раде»<sup>80</sup> автор публикации приводит отрывок из интервью с Главой государства.

К срочным сообщениям украинское издание прибегает в случаях, когда речь идет о резонансном событии критической степени важности. Это может быть сообщение о крупнейшей финансовой сделке, способной сыграть важную роль в экономике стран, о сенсационном заявлении первых лиц, политиков и лидеров ведущих партий. Поводом для написания срочных сообщений может стать смерть политиков, руководителей компаний, гибель людей, крупные наводнения, пожары, землетрясения, приговоры суда, смена государственного устройства, развязывание военных действий, техногенные катастрофы,

---

<sup>80</sup> См. приложение 23.

назначения на крупные должности. Таким образом, срочные сообщения являются поводом для беспокойства всех слоев населения и вызывают широкий общественный и политический резонанс, потому такие материалы идут с пометкой «Срочно». Так, публикация от 10 октября 2015 года «Турция рассказала о сбитом на границе с Сирией самолете»<sup>81</sup> на украинском ресурсе относится именно к этому жанру.

Особенностью срочных сообщений является то, что они не частый гость на страницах издания. Объясняется это обстоятельство тем фактом, что в них освещаются события особенной важности. Если бы срочные сообщения появлялись чаще, аудитория бы перестала концентрироваться на них, и их появление не вызывало бы должного эффекта.

Срочные сообщения пишутся таким образом, чтобы с первых строк читатель был оповещен об источнике информации – он указывается в первом абзаце текста. Здесь не указывают неизвестных фамилий (которые не на слуху), их место занимают министерства и ведомства. В тексте приводятся цитаты должностных лиц не ниже руководителей министерств, партий, ведомств, общественных подразделений. Мнения представителей крупных организаций, занимающих должность ниже заместителя руководителя, рассматриваться как позиция организации не могут, потому при получении экспертного комментария у них, ссылку дают на организацию.

Срочные сообщения содержат громкие заголовки, грамотно структурированный лид и содержательную цитату. По объему текста сообщение не может содержать более 3 абзацев из 3-4 предложений.

Наиболее важным структурным элементом сообщения является лид. Он состоит из одного предложения и отвечает на главные вопросы: что случилось, когда, где, при каких обстоятельствах. Как правило, лиды в ТСН и на «Медузе» начинаются с существительного, поскольку главным вопросом является вопрос «Кто?/Что?», а ответ на него выражается именно существительным. Лид не может содержать вводные конструкции и стоп-слова – «как выяснилось», «как

---

<sup>81</sup> См. приложение 24.

сообщили», «стало известно». Одним из требований к написанию льда является и то, что он не может начинаться с указания источника информации. Однако в случае исключения, когда значимость события заключается именно в том, кто делает сообщение, указание источника становится оправданным.

Лид в изучаемых онлайн-изданиях соответствует следующим критериям: написан простым языком, без терминов и сложных слов, предельно ясен и понятен для широкой публики, не содержит терминов, профессиональных слов, официоза, академического стиля. В изучаемых изданиях не было обнаружено лидеров, перегруженных большим объемом фактического материала – цитатами, цифрами, датами, именами собственными. В лиде не дается полное название законопроекта, конференции, не знакомых широким кругам аббревиатур и профессиональных жаргонизмов. К примеру, в материале «МГУ И СПбГУ разрешили присуждать ученые степени в обход ВАК. Об этом сообщает Интерфакс»<sup>82</sup> имеется следующего содержания лид: «Госдума приняла в третьем чтении законопроект, дающий МГУ и СПбГУ право присуждения, лишения и восстановления ученых степеней без участия Высшей аттестационной комиссии». У материала ТСН под заголовком «Рада может отменить госрегистрацию иностранных инвестиций»<sup>83</sup> имеет следующий лид: «Верховная Рада в первом чтении поддержала отмену госрегистрации иностранных инвестиций».

Изучая особенности использования лидеров в отечественных и украинских онлайн-изданиях, мы отметили ряд требований к написанию данных структурных элементов новостей. А именно:

1. Лид содержит одно-два предложения.
2. Лид состоит в среднем из 40-50 слов.
3. Лид имеет ссылку на источник информации.

Заголовок – это особенное выражение льда: мысль заголовка всегда развивается в лиде, а значит, эти элементы находятся друг от друга в прямой

---

<sup>82</sup> См. приложение 25.

<sup>83</sup> См. приложение 26.

зависимости. По сути информация, содержащаяся в лиде, и формирует новость. Как правило, суть лида и заголовка совпадает, а использованные для их написания слова и речевые конструкции различаются. Заголовок на «Медузе» содержит не более 65 символов, на ТСН – не более 85 символов с учетом пробелов. Этого оказывается достаточно для выражения сути происходящего и раскрытия главной мысли, отраженной в заголовке.

Сведения, непременно касающиеся события, размещаются в первых двух абзацах текста. Это объясняется тем, что в современном быстром темпе жизни, человек не готов тратить на прочтение новости больше времени, чем уходит в среднем на прочтение 2-х абзацев. В любой истории, о которой повествует новость, все значительное пишется с самых первых слов.

В структуру новостных сообщений входит и такой элемент, как цитата. Она призвана увеличить доверие публики к материалу и привнести элемент сопричастности читателя к происходящему. Для автора публикации цитаты важны и в ином смысле: их использование позволяет уберечь себя от ошибок, которые можно допустить в тексте по незнанию темы повествования.

В ходе изучения цитат ТСН и «Медузы» стало известно, что они не имеют громоздких конструкций, не повторяют лид и вносят в текст свежую информацию. Обычно цитаты появляются уже во втором абзаце, а в срочных сообщениях их не используют.

Основные задачи, которые решают цитаты:

1. Подчеркивание деталей речи источника информации.
2. Раскрытие сущности важных терминов (к примеру, профессиональная лексика, делающая текст более ясным, ложится в основу цитат).

Сведения, напрямую связанные с предметом сообщения, но отсылающие публику в прошлое, с целью дать представление о развитии истории ранее, входят в такой структурный элемент новости, как бэкграунд. Нередко именно эта часть сообщения позволяет читателю сформировать понимание того, насколько событие крупное и увидеть, получить сведения о его масштабе. Ознакомившись с особенностями публикации бэкграунда в «Медузе»,

остановимся на том, что он дается в самом конце публикации, маркируется на верстке бежевым цветом, как например, в тексте «Сенатор потребовал от Facebook разъяснений из-за цензуры «популярных новостей»<sup>84</sup> от 10 мая 2016 года в качестве бэкгрануда используется: «9 мая издание Gizmodo со ссылкой на двух бывших редакторов Trending News сообщило, что сотрудники Facebook влияют на наполнение раздела, который, как считается, формируется автоматически. В частности, редакторы раздела якобы убирали из рейтинга новости о республиканских политиках. В Facebook эти заявления опровергли». Такой бэкграунд не изобилует излишней информацией, рассеивающей внимание читателя. Здесь приводится новая актуальная информация, облегчающая восприятие.

Подзаголовок наряду с заголовком относится к важным структурообразующим элементам новости. Когда материал содержит свыше 4 абзацев, его делят на логические отрезки, каждый из которых снабжается содержательным подзаголовком. Это жестче структурирует объемные материалы. Так, публикация «Медузы» от 10 мая 2016 года под названием «Чтобы эти дети выжили»<sup>85</sup> разбит на следующие подзаголовки – «Псы на мать Россию лают», «Военная угроза Евросоюзу», «Я вам оставил сверхдержаву, где она?», «Когда мы едины, мы непобедимы».

В результате анализа новостных материалов «Медузы» и ТСН были выявлены особенности типологии текстов, их жанровое своеобразие. Была рассмотрена композиция новостей, каждый структурный элемент материала – заголовок, подзаголовок, лид, бэкграунд, контекст, выявлены специфические и общие черты отечественного и украинского изданий. На примере избранных для анализа публикаций продемонстрировано использование вышеперечисленных структурных элементов и сравнение изданий по вышеназванным показателям.

---

<sup>84</sup> См. приложение 27.

<sup>85</sup> См. приложение 28.

### **2.3. «Инфотеймент», «финишиング» и инфографика как ведущие методы подачи новостей в изданиях [www.meduza.io](http://www.meduza.io) и [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua)**

В условиях сегодняшнего информационного бума поток новостей, обрушающийся на аудиторию, немыслим. Однако традиционные и сетевые СМИ вынуждены транслировать одни и те же события. Но когда происходит сверхзначительное событие, оно занимает большинство эфирного времени или места на полосе. О таком происшествии все только и говорят, пишут, в нем каждый раз отыскиваются новые информационные поводы.

Было подсчитано, что в одной среднестатистической ежедневной газете каждый день рассказывается в среднем о 8-12 событиях, тогда как в дневных пятнадцатиминутных теленовостях проходит до 12-15 сюжетов, в получасовых вечерних — до 16-20. Однако крупным планом — хронометражем выше двух минут — и в утренних, и в вечерних выпусках дается в среднем по пять новостей. Эти же пять новостей фигурируют во всех печатных и аудиовизуальных СМИ. При этом крупноформатные темы на всех каналах, во всех выпусках новостей и во всех газетах в течение дня в основном совпадают.

Это дает повод задуматься о том, что если оригинальных эксклюзивных новостей практически нет, поскольку новости во всех СМИ дублируются, то сейчас актуальной становится другая задача — подача новостей. Именно от нее сегодня зависят эти самые оригинальность и эксклюзивность. И чем интереснее будет преподнесена новость, тем выше вероятность того, что реальная аудитория издания вырастет за счет потенциальной. Таким образом, любой газетный материал требует шлифовки формы подачи новостей. На сегодняшний день перед всеми без исключения СМИ стоит одна большая задача — заставить заиграть новость по-новому.

«Редакционные коллективы вдумчиво, системно, планомерно создают свой единственный, неповторимый информационный продукт, используя для этого решительно все: и новое, и хорошо забытое старое»<sup>86</sup>.

---

<sup>86</sup><sup>67</sup> Васильева Л. А. Делаем новости!: учебное пособие – М.: Аспект Пресс, 2003. – С. 55.

В журналистике последних двух десятилетий сложились новые методы работы и формы новостной подачи. Одним из таких способов можно по праву назвать «инфотейнмент» – так называемое разыгрывание новости. Именно этот метод позволяет сочетать в новости явление многогранности. Следует отметить, что создателем этого уникального метода подачи стал редакционный коллектив газеты «Комсомольская правда». Главный редактор «Комсомольской правды» Сунгоркин Н.М. дает такое определение этого метода. «”Инфотейнмент”, в частности, симбиоз двух слов - “информейшен” и “интертеймент” – информация, развлечение. Означает этот термин борьбу за продажу: прием нацелен на то, чтобы газету купили. Почему английские слова? Да потому что они лучше передают смысл того, что нами делается»<sup>87</sup>.

Метод «инфотейнмент» примечателен тем, что порой репортер на себе проверяет картину, дополняет рассказ статистическими данными, определяет знаменательные закономерности события... Именно «инфотейнмент» приносит допустимость доигрывать сторонами явления, высвечивать тот или другой аспект. А право читателя – прочесть о явлении целое, или какую-то часть. Однако при любом раскладе – мимо такой новостной раскрутки он не пройдет.

«Таким образом, «инфотейнмент» - это сборный прием, состоящий из разных элементов – текста, фотографий, инфографики и возможностей мультимедиа, складывающийся в последовательную медиаисторию. Прием можно охарактеризовать как информационные игры, когда развлечение идет через информирование.

Инфотейнмент стал привычной особенностью для «Медузы». Как правило, такие публикации включают в себя не только информацию, насыщенную фактами из надежных источников, но и внерадиостанционные элементы – карты, игры, видео из рубрики «Шапито». Однако содержание, как правило, привязывается к новостным трендам, т.е. наиболее злободневным темам, будоражащим широкую общественность. Такие материалы получают широкую огласку в социальных сетях, отклик среди пользователей в виде лайков и

---

<sup>87</sup> Там же: - С. 122.

комментариев, становясь для издания визитной карточкой. Нередко такие материалы – элемент вирусного маркетинга.

На начальном этапе исследования были изучены информационные материалы портала «Медуза» за декабрь 2014 года, разработана программа, инструменты и терминологический аппарат исследования. На следующем этапе был осуществлен анализ, обработка материалов, выявление применения в них новых методов подачи новостей и определение выводов исследования.

Были изучены журналистские материалы новостного характера, написанные в широком жанровом многообразии – заметка, корреспонденция, отчет. Материалы охватывают события, происходящие на территории РФ за декабрь 2014 г.

Для проведения исследования было отобрано 30 журналистских произведений, опубликованных на сайте medusa.io в рубрике «Новости». Отбор новостей осуществлялся по принципу времени появления сообщения (за период в течение декабря 2014 г.). Большая часть публикаций – заметки с элементами корреспонденции, интервью, экспертного комментария.

Единицей анализа стали работы, в которых используются 2 метода подачи новостей – «инфотейнмент» и «финишиング». Это позволило максимально полно изучить поставленную проблему и решить установленные задачи исследования.

Были выдвинуты следующие единицы счета:

1. Элементы, используемые при подаче новостей. Их соответствие изучаемому журналистскому приему (в данном случае инфотейнменту, финишингу).
2. Как представлено оформление материала на сайте.
3. Каковы особенности выбранных журналистов приемов.

Далее даны примеры новостных материалов к каждой единице счета.

Согласно анализу, лишь 8 материалов из 30 (26,7%) «разыгрывается» по методу инфотейнмент (диаграмма 2.1.). Здесь присутствует выпуклость публикаций – материал дается не просто текстом, но и разбавлен фото, визуальными эффектами, подзаголовками, комментариями экспертов, имеет

хорошее визуальное оформление. Таким образом, можно заключить, что современные методы подачи новостей (в данном случае – использование метода «разыгрывания») пока используются в отечественных онлайн-СМИ не так активно, однако потенциал их внедрения имеется. Очевидно, что пока для онлайн-СМИ России характерна традиционная подача информации в режиме «текст-фотоиллюстрация».



*Рис. 2.3. Применение инфотейнмента в «Медузе»*

*Составлено по: [www.meduza.io](http://www.meduza.io)*

В «Медузе» материал «Как цены на нефть влияют на нашу жизнь?»<sup>88</sup> был построен по принципу «инфотейнмент». Новость разыграна таким образом:

- 1) броский заголовок с иконкой для визуализации;
- 2) повествование о том, как в данный момент формируются цены на нефть с фактами (актуальными цифрами, датами, стоимостью);
- 3) объяснение проблемы, почему экономика России зависима от цен на нефть, для наглядности образов даются ссылки на авторитетные источники, раскрывающие суть проблемы максимально детально;
- 4) дается ответ на вопрос «Хватит ли денег в бюджете при низких ценах на нефть?».

<sup>88</sup> См. приложение 29.

- 5) приводятся данные исследований о том, хватит ли России денег на выплату пенсий;
- 6) расследование на тему «Как цены на нефть влияют на цены в магазинах»;
- 7) даются прогнозы на будущее по данным Центробанка – ждать ли повышения цен на нефть, и для полноты картины приводятся данные Прогноза министерства энергетики США.

Среди минусов такого «инфотейнмента» отметим отсутствие фотоматериала и экспертных оценок компетентных лиц. Приведем данные по сайту относительно использования экспертных комментариев в изучаемых материалах (диаграмма 2.4).



*Рис. 2.4. Экспертный комментарий в текстах «Медузы».*

*Составлено по: [www.meduza.io](http://www.meduza.io)*

Согласно статистике, экспертный комментарий наличествует в 24 материалах из 30, что составляет 80%; в остальных материалах «Медузы» (6) экспертный комментарий отсутствует, а это 20% публикаций.

Все перечисленные выше приемы «инфотейнмента» в этой публикации создают впечатление завершенности и цельности материала.

На рассматриваемых веб-порталах довольно часто встречаются материалы, поданные читателю при помощи метода «инфотейнмент». Это говорит о том, что издатели заботятся о своих читателях – стремятся расширить свою аудиторию за счет нововведений, создавая эксклюзив. Очень разнопланово редакции подходят к публикации новостей, что делает каждый материал неповторимым и уникальным по своим формам и методам подачи. На рассматриваемых материалах, созданных по принципу использования «инфотейнмента» можно убедиться в том, что новостные аспекты в развертывании событий безграничны. Прием «инфотейнмент» примечателен более всего своим мощным неиссякаемым изобретательным потенциалом.

Каждый раз на сайтах «Медузы» и ТСН «инфотейнмент» используется разнообразно – таким образом, складывается мнение, что каждый материал эксклюзивен, уникально упакован и оригинален.

Таким образом, можно заключить, что проблема подавляющего большинства материалов, поданных сплошным текстом в том, что они представляют собой информацию, но никак не новость. А так как разыграть можно именно новость, то сделать аналогичное с информацией – невозможно. Нет возможности для «сюрприза», нет элемента неожиданности.

Время сформировало такой метод подачи информации как «инфотейнмент» в новостной журналистике, которая характеризуется высокой степенью тематической насыщенности. Такая возможность у журналистов появилась в условиях прямого доступа автора публикации к источнику информации.

Прием «инфотейнмент» в онлайн-СМИ фигурирует в разных ипостасях. То журналисты акцент делают на изобилие фотоматериалов в публикации, то публикация привлекает большим количеством заметок, справок, разбавленных мнениями экспертов. Один и тот же прием обретает совершенно новые грани.

Новым приемом в подаче новостей является «финишинг», название которого происходит от английского слова «finish», что означает конец, завершение. Его сущность заключается в том, чтобы довести новость до

логического завершения. Как правило, «финишинг» – это намеренно используемый автором публикации или изданием прием, цель которого сводится к обыгрыванию резонанса на публикацию, воспроизведению нескольких аспектов сообщаемой истории, но уже в новом ракурсе. Т.е. «финишинг» - это своеобразное разыгрывание новости, рассматриваемой с разных углов зрения и возможность высказаться о ситуации всем участникам действия.

Поскольку журналистика все больше стремится к достоверности и объективности, метод «финишинга» набирает обороты, ведь он позволяет быть объективнее вдвойне: сначала автор становится рупором для предоставления одного участника событий, затем – высвечивает противоположное мнение, что позволяет журналисту быть беспристрастным. На наш взгляд, «финишинг», таким образом, можно назвать аналогом «No comments» BBC. Журналист не дает своих оценок, не анализирует ситуацию, а позволяет ей развернуться самой – с участием противоположных друг другу суждений. Подчас неожиданность поворота сюжета и выбора ракурса раскрытия темы позволяет делать неожиданные выводы, получать нетривиальные комментарии.

По мнению Васильевой Л.А. финишинг содержит 2-3 публикации и его основная задача – доведение поднятой в тексте проблемы до завершения, закрытие ее в плане практического решения. Причем, при использовании метода допускается повтор вопроса, ситуации, истории и т.д.<sup>89</sup>.

В ходе изучения новостных материалов изданий «Медуза» и ТСН выявлено, что отечественное онлайн-издание активно использует «финишинг». В качестве примера приведем серию материалов по одной тематике – крупнейшем в истории сливе документов об офшорных схемах сокрытия миллиардов долларов, к которому причастны около ста знаменитостей и политиков по всему миру. Публикации начались 4 апреля с публикации «Секреты Панамского архива»<sup>90</sup>, где говорилось о том, как тайные документы

---

<sup>89</sup> Васильева Л.А. Делаем новости!: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С. 127.

<sup>90</sup> См. приложение 30.

попали в руки журналистов, были обнародованы и что последует за этим. Через день после события появился материал «”Панамский архив”. Реакции»<sup>91</sup>, темой которого послужил текст в формате хроники, где рассказывалось о том, как мир реагировал на слитые документы спустя один день после публикации. Архив обновляется в режиме реального времени до сих пор, общественность продолжает следить за событиями и реакцией на них среди государственных служащих, медиа-пространства, знаменитостей.

Спустя 2 дня редакция вернулась к событиям уже в рубрике «Карточки», где с легкой руки авторов читатели могли узнать законны ли офшоры, как в обход закона ими воспользоваться, почему с их помощью можно уйти от уплаты налогов, преступление ли это, почему Панаме выгодно офшоры и как с этим борются на государственном уровне. Своеобразный ликбез представлен в удобном формате, где каждый вопрос выведен отдельной ссылкой слева от текста. Таким образом появились 8 карточек под общим заголовком «Офшоры – это вообще законно»?<sup>92</sup>

Вслед за этой публикацией последовало подробнейшее изложение истории журналистов, которые и были причастны к изучению документов «Панамского архива» под заголовком «Мне кажется, мы хорошо поработали»<sup>93</sup>. Далее последовал гид по офшорам среди россиян, а именно кто из государственных чиновников причастен к событию – под названием «Россияне в “Панамском архиве”»<sup>94</sup>. На этом проблема не завершилась и последовало еще множество публикаций. Издание опубликовало материал о виолончелисте Сергее Родугине, который владея офшорными компаниями, получил оборот миллиарды долларов – материал вышел под заголовком «Офшоры друга Путина. Главное»<sup>95</sup>. Затем редакция пошла на неожиданный ход – задать

---

<sup>91</sup> См. приложение 31.

<sup>92</sup> См. приложение 32.

<sup>93</sup> См. приложение 33.

<sup>94</sup> См. приложение 34.

<sup>95</sup> См. приложение 35.

напрямую вопрос Президенту РФ – появился материал «Как Владимир Путин отвечал на вопрос об офшорах своего друга. По минутам»<sup>96</sup>.

После чего было предложено решение взять интервью у автора расследования о связи Ролдугина с фигурантами дела Магнитского Пауля Раду с названием «Похоже на TOR, только для отмывания денег»<sup>97</sup>. Поводом для публикации послужила публикация статьи Центра по исследованию коррупции и организованной преступности, из которой видна связь офшоров Сергея Ролдугина с организациями, через которые отправлялись деньги фигурантами «дела Магнитского». Автор статьи – директор Центра Пауль Раду ответил на вопросы журналиста, а издание таким образом заполучило эксклюзивное интервью, мгновенное растиражированное читателями в социальных сетях. Материал стал доступен 29 апреля 2016 года, но проблема не получила полноценного решения, а значит, серия публикаций продолжится.

Таким образом, можно предположить, что развитие событий разыгрывается методом «финишинга», однако событие не успело исчерпать себя, а стало быть, читающая публика со страниц «Медузы», вероятно, прочтет еще ни один материал на эту тему. «Финишинг» исчерпает себя лишь тогда, когда проблема получит разрешение, отыщется ее практическое решение и стороны придут к консенсусу. Серия материалов вызвала широкий резонанс и среди читателей, и среди других СМИ, получила широкую огласку – была активно растиражирована в социальных сетях, получила тысячи отзывов и комментариев. Однако вопрос остался открытым и издание продолжает к нему возвращаться.

Почему утверждение, что серия материалов создана с использованием приема «финишинг», верное? Начало проблемы было дано в первой публикации и получило развитие в последующих. Основная цель метода – получить разрешение не была достигнута, логически завершена, потому публикация сообщений продолжится. Событие не успело исчерпать себя, у

---

<sup>96</sup> См. приложение 36.

<sup>97</sup> См. приложение 37.

читателей остались вопросы, а задача журналистов издания – удовлетворить потребность публики в получении ответов.

На украинском онлайн-портале новостей ТСН ярких примеров использования «финишинга» при анализе материалов за 2014-106 гг. найдено не было. Однако появлялись материалы с элементами «финишинга», когда журналисты обращались к ранее обозначенной проблеме. Если проблема попадает в поле зрения редакции, довести ее до завершения – вопрос престижа издания. Тем более, возвращение журналиста к определенной теме позволяет ему осветить поднимаемую проблему под новым углом зрения. И тогда факты, соответственно, меняют свою тональность и окрашенность. То есть идет расширение информационного поля, информационных возможностей. Среди отмеченных материалов, назовем две волнующие украинскую общественность темы – деоккупация Крыма и развитие ситуации в Донбассе. Материалы на эти темы регулярно публикуются, однако логического завершения не получают.

К примеру, по хештегу #деоккупация крыма можно встретить множество материалов, которые даже собраны под единой рубрикой, однако итоги не подводятся и результаты судебных процессов обнародуются, но не приводят к решению основной проблемы. Не смотря на то, что материалы завершаются, мелкие проблемы исчерпываются, «финишинг» не состоялся. Источником информации для развития темы служит сама действительность, сама жизнь диктует продолжение, и тема требует дальнейшего раскрытия. Таким образом, вслед за множеством материалов последуют и другие, и когда цикл публикаций придет к смысловому заключению, прием «финишинг» состоится. К слову, при обнародовании сенсационных результатов, к публикации возвращаются и спустя десятилетия. Всему этому и способствует метод «финишинга».

Важно отметить, что онлайн-издании «Медуза» не только грамотно подано такое перспективное направление в новостной журналистике, как «финишинг», но и удачно оформлено и сверстано, т.е. если новость – это товар, то в данном случае товар получил красивую упаковку. Если журналист

возвращается к проблеме, затронутой изданием ранее, то в публикации обязательно дается ссылки на предыдущие материалы по теме в виде вырезки. Такой прием обращает на себя внимание сначала зрительно, а после и содержанием. Приковывает внимание и то, что срабатывает психологический аспект: «если журналист возвращается к проблеме, значит, она значима, интересна, а, следовательно, стоит прочесть».

Таким образом, если «инфотейнмент» делает новость более функциональной, позволяет посмотреть на нее с разных сторон, то «финишиング» доводит новость до конца, углубляется с самую суть события, расследует конкретную ситуацию. Журналист, использующий «финишиング», всегда может вернуться к проблеме и высказать читателям то, чего он не успел сказать в первой публикации, или чего он до этого не знал. Новые подробности, интересные аудитории, выносятся на поверхность и дают более полный спектр сути ситуации. В итоге – решение проблемы, ее завершение.

Среди наиболее привлекательных элементов оформления новостей одним из популярнейших и любимых пользователями является инфографика. «Медуза» считается одним из онлайн-СМИ на русском языке, которое активно применяет мультимедийные возможности как метод подачи новостей. Слово «инфографика» происходит от латинского и греческого слов, что в дословном переводе означает «излагать графикой», т.е. это графический вариант оформления информации. С использование инфографики можно систематизировать и оформить крупные материалы, а главное – визуально выгодно выделить наиболее значимые элементы текста. Основополагающей целью инфографики остается информирование, а в руках профессиональных верстальщиков она становится инструментом преображения текста, когда необходимо сделать пояснения к тексту, выделить факты, хронометраж, представить статистические данные. Передача инфографики в онлайн-издании

может быть различной, ведь она зависит от целей и задач создателя, целевой аудитории, желании пробудить у публики те или иные чувства<sup>98</sup>.

Существуют определенные правила оформления инфографики, не любое изображение с предоставлением текстовых данных может считаться инфографикой. Таким образом, это дань времени, дух моды, который возник в результате огромного потока информации и невозможности воспринимать большие по объему потоки данных. Сегодня инфографика заслужила звание наиболее перспективного метода подачи новостей и во многом определяет успех материала среди читателей. С помощью элементов инфографики смысл сообщений упрощается, восприятие данных облегчается, а объем транслируемых данных публикуется в полной мере, т.е. сведения передаются без искажений в полном объеме. Возможности инфографики удобны и тем, что дизайнер, создающий ее, ничем не ограничивается и вправе воспользоваться любыми наработками, если это поможет в достижении цели – представить информацию привлекательно для пользователя, без перегруженности.

Наскальная живость – вот первая инфографическая работа человека. Однако к современным реалиям ближе работа английского ученого Джозефа Пристли, который в 1769 г. представил на бумаге схему, отражающую вехи биографии знаменитых в те годы людей<sup>99</sup>. Спустя 20 лет Уильям Плэйфэйр визуально представил статистические сводки в виде графиков и диаграмм, став прародителем так называемой диаграммы pie-chart в виде круга. Инфографика развивалась, набирала обороты и становилась более полезной людям, систематизировала научные данные, и уже в середине XIX века врач Джозеф Сноу стал автором своеобразного графического анализа, отобразив во время эпидемии холеры в Лондоне уровень смертности. Первым же печатным СМИ, в котором появились элементы инфографики стал английский журнал The Illustrated London News, который выходил в свет с 1846 по 2005 гг.

---

<sup>98</sup>Что такое инфографика? [Электронный ресурс] <http://infographer.ru/infographica/> (Дата обращения: 18.03.2015).

<sup>99</sup> Золотой век инфографики [Электронный ресурс] <http://infogra.ru/infographics/xix-e-stoletie-zolotoj-vek-infografiki/> (Дата обращения 18.03.2015).

За полтора года активности онлайн-издание «Медуза» сделала инфографику одним из важнейших визуальных элементов. На страницах издания с завидной регулярностью появлялись материалы, в основе которых лежали принципы визуальной журналистики – диаграммы, опросы, карточки, графики, карты, изображения в 3D.

В вопросе типологизации инфографики, принято выделять следующие ее направления – статическая, динамическая и 3D-инфографика. При детальном рассмотрении материалов «Медузы» и ТСН становится очевидно, что все вышеназванные вариации инфографики на онлайн-порталах встречаются. Обращая внимание на статическую инфографику, выделим здесь такие ее разновидности, как диаграммы, схемы, рейтинги и графический материал. Отлично продемонстрирована статическая инфографика на примере публикации «Медузы» от 10 марта 2015 года под названием «Карта страхов. Где замечают российские военные самолеты и корабли»<sup>100</sup>. Здесь представлена огромная карта соприкосновения вооруженных сил НАТО и России за 2014 год с указанием географии охвата, дат и характера вторжения – военно-морское или военно-воздушное.

Рассмотрим статистическую инфографику на примере материалов украинского онлайн-издания tsn.ua – 6 мая 2016 года был опубликован материал «Громкий проект XX века: как Евротуннель Великобританию с материаком»<sup>101</sup>, где представлена визуально оформленная схема с фото, данными, картой соединения по туннелю Великобритании и Франции. Благодаря широкому спектру иллюстративных элементов, материал заиграл на сайте и привлек широкую аудиторию.

К большим датам и юбилеям ТСН практикует рубрику, оформленную по всем канонам статической инфографики. К таким материалам можно отнести новость о юбилее королевы Великобритании «Служба в армии и личные рекорды: жизнь Елизаветы II в цифрах»<sup>102</sup> от 21 апреля или «День рождения

---

<sup>100</sup> См. приложение 38.

<sup>101</sup> См. приложение 39.

<sup>102</sup> См. приложение 40.

Rolls-Royce: история и интересные факты о легендарной марке»<sup>103</sup> от 4 мая 2016 г. где практически нет текста, а есть только данные в хронологическом порядке о том, как развивалась история компании и происходил ее взлет.

В этих примерах инфографика объединяет поясняющие комментарии, объединяет комплекс диаграмм, фото, изображений, статистических данных, выкладок. В итоге, привычный график был дополнен детальной и исчерпывающей информацией, став максимально содержательным.

Доцент кафедры новых медиа и теории коммуникации факультета журналистики МГУ Некляев С.Э. даже назвал инфографику способностью писать новости картинками<sup>104</sup>. Автор в работе развивает мысль о существовании двух способов подачи информации – вербальный и наглядно-иллюстративный. Разумеется, при этом предполагаются и различные методы обработки получаемых сведений в сознании и подсознании. В случае с верbalной коммуникацией в человеческом мозге подключают механизмы чтения и сканирования: когда нам известно слово, мозг по первым словам подчас автоматически доводит предложение или фразу до логического завершения, достраивая таким образом вторую часть. Если мы сталкиваемся со словом новым, то декорируем его по буквам и затем собираем его заново для получения образа, формируем ассоциацию с этим словом.

По Некляеву С.Э. символный метод познания – более действенный и древний. Здесь не требуется процесс дешифрирования – получатель сразу видит универсальную модель и отсылает ее в процесс мышления. Благодаря инфографике, таким образом, исчезают лишние звенья, познание осуществляется быстрее, а время экономится. На этот выводе и построена потребность медиа использовать инфографику – отчасти это удовлетворение желаний публики, отчасти маркетинговый ход.

Как правило, динамическая инфографика отличается активным использованием интерактивных элементов – видео-роликов, аудио-файлов,

<sup>103</sup> См. приложение 41.

<sup>104</sup> Некляев С.Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики // Вестн. Моск. Ун-та. 2010. № 4. – С.58.

позволяя представить широкий перечень информации в организованном виде. На сайте «Медузы» такая инфографика не используется, что объясняется высокой перегруженностью страниц при ее использовании, а, следовательно, долгой загрузкой материалов. Однако для портала украинского ТСН.ua характерно использование и динамической инфографики в виде видео-роликов.

Бывают и сложные инфографические работы с применением технологий 3D, используемых для воспроизведения схем со множеством иллюстративных элементов, однако эти приемы не используются на изучаемых нами ресурсах, а потому мы не станем на них останавливаться.

Проанализировав возможности инфографики на практике, мы убедились, что в основе профессионально созданной инфографики лежит контент высокого качества. То, каким образом будет представлена новость, зависит от выбора ракурса автора, который так же и определяет какую из предложенных типологий инфографики выбрать и какие средства и инструменты для этого пригодятся. Инфографика считается успешной, когда выбранный для ее создания текст отличается оригинальностью, а все графические вариации подобраны грамотно, иллюстративные элементы прорисованы профессиональным дизайнером на высоком уровне.

Анализ инфографики на изучаемых ресурсах позволил сделать выводы относительно принципов успешных инфографических работ. Т.к. в основе такой работы лежит текст не меньше, чем графические элементы, остановимся подробнее на критериях, предъявляемых к тексту. Итак, текст должен иметь стройное изложение и линейный сюжет, который можно представить в хронологическом порядке в виде графики. Из широкого спектра информации отбор падает на наиболее значимую, важную для целевой аудитории. Ключевым элементом текстового наполнения являются лапидарные, емкие формулировки. Излишние данные могут значительно ухудшить качество работы.

В качестве источников информации изучаемые российские и украинские онлайн-издания используют надежные, проверенные организации, людей, объективность и точность сведений которых не может подвергаться сомнению.

Уровень сложности инфографической работы диктует свои требования – знание нюансов, подробностей, деталей. К примеру, украинский ресурс ТСН публикует новость, оформленную при помощи инфографики, каждую неделю по четвергам в отдельной рубрике, которая так и называется «Инфографика». И для подготовки материала «На что способен самый большой в мире транспортный самолет АН-225»<sup>105</sup>, изданию потребовалось получить глубокие знания по следующим параметрам сведений – технические параметры авиалайнера, максимальная высота полета, грузоподъемность судна, его габариты, особенности конструкции – т.е. широкий перечень деталей.

Автор инфографики сумел локализовать событие – поводом для написания материала послужила новость о том, что единственный самолет в мире с самой большой грузоподъемностью, находящийся в Киеве, подписал контракт с Австралией о доставке генератора весом 130 тонн. К слову, данные содержали и время, место перелета и другие сведения. Такая детальная, исчерпывающая информация, переданная публике с использованием широких возможностей инфографики, существенно упрощает восприятие несмотря на большой поток уточняющих сведений.

Чрезвычайно полезной в инфографике остается дополнительная иллюстративная информация – подборки или слайд-шоу из фотографий с места события, а также схемы, чертежи зданий и сооружений, карты с места событий. Элементы образной, литературной речи даже при использовании цитат в инфографике сводятся к нулю, сам контент сокращается максимально, очищается от контекста, оставляя только бэкграунд. При сокращении текста важно не утратить информационной ценности.

В канве многочисленных работ инфографики на сайте ТСН используются наработки, которые могут быть выгодно продемонстрированы целевой аудитории неоднократно. К примеру, инфографический текст «Сколько можно

---

<sup>105</sup> См. приложение 42.

сэкономить, не отмечая 8 Марта»<sup>106</sup> каждую весну становится актуальным и востребованным.

В заключение подведем итоги использования интерактивных средств как важнейших способов в подаче новостей в отечественном и украинском онлайн-изданиях. Проанализировав 150 новостных материалов на актуальную международную тематику, выпущенных «Медузой» за период 2014-2016 гг. (по 50 за каждый год), стала очевидна динамика роста и падения новых методов – «инфотейнмента», «финишинга» и инфографики в 2016 г. по сравнению с 2014 г. Если в 2014 г. из 50 проанализированных публикаций, с использованием метода «инфотейнтмент» было оформлено 9 публикаций (18%), в 2015 – 13 (26%), а в 2016 – уже 18 (36%). Таким образом, можно сделать вывод, что прием инфотейнмента в издании набирает популярность и его динамика его использования растет год от года.

«Финишинг» изданием «Медуза» оказался не столь любим: в 2014 г. ни одна новость из 50 выбранных не была доведена до логического завершения, в 2015 г. такими оказались 3 новости (6%), а на май 2016 г. – 6 (12%). Стало очевидно, что прием «финишинга» используется со стабильным ростом, продемонстрированным на графиках, однако общий процент от общего числа публикаций отчетливо дает понять, что прием используется хоть и стабильно, но не так охотно. Обстоятельство объясняется тем, что действительность сама формирует ситуации и дает новостные поводы для написание новостей, раскрученных методом «финишинг». И неактивное использование приема можно объяснить редкими новостными поводами, большими усилиями, необходимыми на решение задач в рамках данного метода подачи информации, либо неактуальностью данного приема для отечественного интернет-медиарынка.

Применение инфографики также представлено на двух нижеследующих графиках, по которым можно судить об активности использования данного приема как находки для оформления материалов. Из 50 публикаций за 2014 г. 7

---

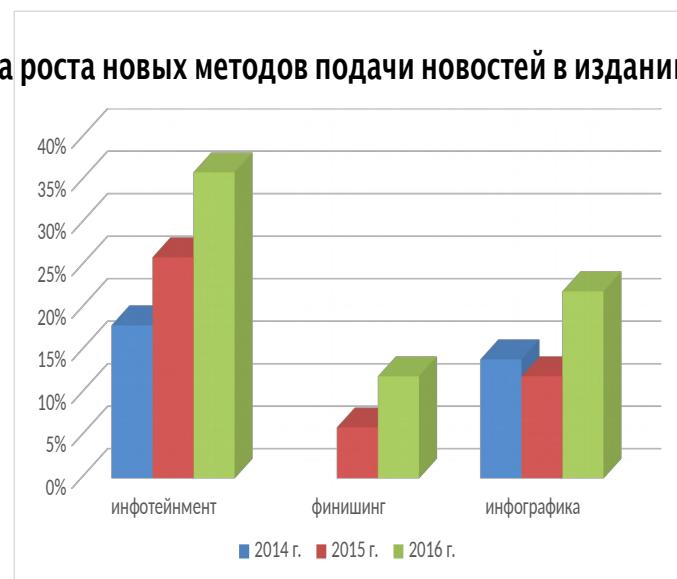
<sup>106</sup> См. приложение 43.

(14%) были проиллюстрированы с использованием широких возможностей инфографики, за 2015 г. из 50 материалов – 6 (12%), за 2016 г. из 50 новостей – 11 (22%). Таким образом, применение инфографических элементов не отличается стабильностью: если в 2016 г. был зафиксирован рост по сравнению с 2015 г., то в 2015 г. резонно говорить о его понижении по сравнению с 2014 г.

Подводя итог применения ключевых методов подачи, констатируем: наиболее активно применяемым для издания «Медуза» приемом стал «инфотейнмент», менее используемым – «финишиング».



*Рис. 2.5. Применение новых методов подачи новостей в «Медузе»*



*Рис. 2.6. Применение новых методов подачи новостей в «Медузе»*

Исследовав 150 журналистских произведений новостного характера на актуальную международную тематику, опубликованных украинским онлайн- порталом [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) за период 2014-2016 гг. (по 50 материалов за каждый год), обнаружилась тенденция роста описанных методов подачи – «инфотейнмента», «финишинга» и инфографики в 2016 г. по сравнению с 2014 г. Если в 2014 г. из 50 проанализированных публикаций, с использованием метода «инфотейнмент» было проиллюстрировано 6 публикаций (12%), в 2015 – 8 (16%), а в 2016 – уже 14 (28%). Таким образом, становится очевидно, что прием «инфотейнмента» в издании набирает популярность и динамика его использования растет каждый год.

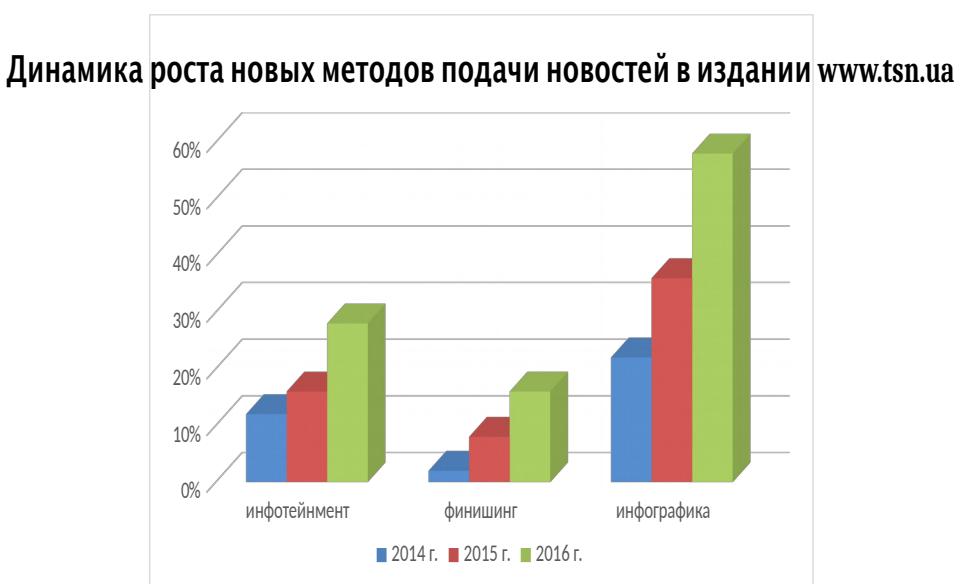
«Финишинг» украинским новостным порталом, напротив, не пользуется большим успехом. В 2014 г. лишь одна новость из 50 выбранных была доведена до логического завершения, что составило 2% от общих показателей, в 2015 г. такими оказались 4 новости из 50 (8%), а на май 2016 г. – 8 (16%) из 50. Можно заключить, что прием «финишинга» используется стабильным ростом, показанным на графиках, однако процент его применения позволяет констатировать факт, что прием применяется лишь в малом количестве публикаций.

Использование инфографики детально продемонстрировано на двух нижеследующих графиках, по которым можно судить о высокой популярности данного приема как маркетинговой находки в оформления новостей. Из 50 публикаций за 2014 г. 11 (22%) были проиллюстрированы с использованием широких возможностей инфографики, за 2015 г. из 50 материалов – 18 (36%), за 2016 г. из 50 новостей – 29 (58%). Таким образом, применение инфографических элементов отличается стабильно высоким ростом, достигшим к 2016 г. 58% от числа всех публикаций, что по сравнению с прошлым годом превышает показатели на 22%, а это наиболее заметный и резкий скачок вверх по использованию новых методов подачи новостей в онлайн-издании, изучаемых в рамках данного исследования.



*Рис. 2.7. Применение новых методов подачи новостей в «Медузе»*

Таким образом, наиболее востребованным для украинского новостного онлайн-портала приемом стала именно инфографика, менее используемым – «фанишинг».



*Рис. 2.8. Применение новых методов подачи новостей в «Медузе»*

В результате сравнения отечественного и украинского онлайн-медиа были выявлены следующие особенности:

1. «Инфотейнмент» пользуется приоритетом у российского издания, отмечается его высокий рост. У украинского издания использование метода увеличилось, однако рост нестабильный и не позволяет делать позитивные прогнозы.

2. «Финишинг» набирает обороты у российского издания крайне медленно, однако стабильно, у украинского портала так же отмечается стабильный рост.

3. Инфографика стала ключевым методом оформления новостных публикаций у украинского издания к маю 2016 г. Более медленные темпы роста числа использований инфографических элементов в новостях были зафиксированы у российского новостного интернет-издания.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Журналистика нового поколения делает большой акцент на новость как на самый беспристрастный элемент журналистики в целом. Это стало важным аспектом при выборе темы текущего исследования. В ходе изучения подачи новостей на отечественном портале [www.meduza.io](http://www.meduza.io) и украинском интернет-издании [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) были выявлены общие черты заявленных изданий с другими интернет-СМИ, но и определены особенности написания материалов новостного характера, которые представлены в заключении данной работы.

Подводя итог данной работы, и отвечая на вопросы, поставленные во введении исследования, важно отметить, что проблема подачи информации в новостной журналистике актуальна и определяется выбором новых методов подачи новостей на редакционном уровне. В рамках проведения качественного контент-анализа были избраны 150 новостей «Медузы» и 150 публикаций [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua) за период 2014-2016 гг. В результате проведенного анализа были получены следующие результаты.

Ожидания и потребности аудитории толкают журналистов на поиски новых способов подачи информации. Обращение к таким формам подачи новостей, как «инфотеймент», «финишинг», инфографика, является следствием повышенного внимания целевой аудитории к новостной журналистике новой формации, а для редакционных коллективов является необходимым условием привлечения целевой аудитории. Результатом такого внимания становится появление особого стиля подачи новостей, объединяющего в себе информирование и развлечение аудитории.

Были получены выводы, что игра словом в журналистике является результатом свободного выбора журналистом тех или иных средств воплощения авторского замысла. При этом издание достигает главной цели – привлекает внимание к результатам труда редакционного коллектива. Результатом высокого внимания общественности к новостной журналистике авторы

публикаций обращаются к игровым способам подачи информации и используют ряд творческих приемов в процессе обработки реального факта.

При глобальной переоценке форм и методов подачи в журналистике новой информации неповторимость, эксклюзивность и привлекательность издания создают именно разнообразные методы подачи новостей, следование модным тенденциям оформления, раскручивание явлений с неожиданных ракурсов.

В данной выпускной работе были рассмотрены:

- усиление новостного отбора в журналистике нового поколения;
- роль эмоциональных аспектов в подаче новостей;
- источники получения журналистской информации;
- редакционные приемы и принципы изданий «Медуза» и ТСН;
- типология новостей и композиционные элементы новости на примере изучаемых онлайн-СМИ;
- методы подачи новостей – «инфотейнмент», «финишинг» и инфографика;
- применение вышеперечисленных методов подачи новостей онлайн-изданиями «Медуза» и ТСН.

В первом параграфе первой главы были представлены мнения специалистов о таком перспективном направлении в журналистике, как новость. Даются определения понятий «новость» и «информация», выявляются их отличия и общие черты, рассматривается эволюция новостей в журналистике. В параграфе акцент сделан на то, что превалирует в журналистике нового поколения. А именно – эксклюзивность, отказ от ее влияния на другие социальные институты, новизна в подаче информации, актуальность опубликованного материала, необычная «упаковка» товара. Однако журналистика новой информации не отказывается от специфических черт, «наработанных» ею за долгое время существования. Среди них выделяются достоверность, объективность, оперативность информации.

В целом в первом параграфе рассматривается понятие «новость», обозначаются главные аспекты новости, какой она должна быть в современной

онлайн-журналистике, каким должна соответствовать критериям, и главное – отличие новости от информации.

Во втором параграфе первой главы была изучена роль эмоциональных акцентов новостных публикациях онлайн-изданий. Параграф был нацелен на раскрытие тех составляющих издания, благодаря которым читатель обращает внимание на конкретное издание. Раскрыты способы привлечения внимания аудитории – как дизайнерские, так и стилистические особенности. Даны примеры удачной игры словом в заголовках и лидах «Медузы» и ТСН. Сегодня читатель стал серьезнее относиться к качеству издания. В первую очередь, к качеству подготовки материалов автором, к качеству в подборе метода изложения материала, в использовании изобразительно-выразительных средств. Читатель выбирает интригующие фотоснимки, информативные заголовки, эксклюзивную информацию. Все это определяет имидж издания и влияет на рост реальной аудитории. Именно поэтому настолько важно сегодня в условиях всевозрастающей конкуренции, уделять внимание каждому из рассмотренных в параграфе аспектов.

В третьем параграфе первой главы рассказано об источниках получения новостной информации. В тексте рассмотрены приемы сбора информации. Журналист в написании материала всегда отталкивается от сведений, полученных из разных источников. Поэтому необходимо правильно их избирать, ведь некоторые из них заинтересованы в распространении недостоверной информации. Во избежание проникновения дезинформации на страницы изданий и, как следствие, падения престижа, к подбору источников информации следует подходить осторожно, перепроверять полученные сведения.

В целом, первая глава отражает эволюцию новостной журналистики в условиях глобализации. В ней содержатся сведения о том, как грамотно сделать информацию новостью, как руководить вниманием читателя, насколько важно учитывать реформирование изданий – отходить от клише, создавать новый продукт, не имеющий аналогов.

В первом параграфе второй главы ведущая роль принадлежит основным редакционным приемам и принципам онлайн-изданий «Медуза» и ТСН. Раскрывается значение и суть таких принципов, как быстрота передачи информации, объективность, актуальность, точность передачи информации, выявляются закономерности и отличительные особенности отечественного и украинского издания. В ходе исследования был проведен анализ отношения редакционных коллективов на понятие «эксклюзивности» новостей. Выяснилось, что «Медуза» в целях получения эксклюзивной информации прибегает к жанру интервью, а украинский портал применяет метод раннего планирования, при котором значимыми становятся интересные темы, к которым не успели обратиться прочие издания. Критерии, предъявляемые редакцией к качеству новостей, для «Медузы» и ТСН также имеют различные черты: заголовки «Медузы» содержат глагол завершенного действия, ТСН – процесса действия, лид и тело новости тоже подчиняется особым канонам, которые и были отражены в данном параграфе исследования.

Во втором параграфе второй главы была представлена типология жанров новостей в изданиях «Медуза» и ТСН, показаны различия в выборе жанровой политики новостных публикаций редакциями. Повышенное внимание уделено композиционному построению новостей, разбору структурных элементов новости и особенностям формирования заголовков, промежуточных заголовков, льда. Как известно, заголовок – наиболее читабельная часть газетной полосы. В большинстве случаев, именно от заголовка зависит, будет материал прочитан или нет. Способы построения заголовков безграничны и напрямую зависят от фантазии автора. В этом можно убедиться проанализировав материалы «Медузы». При построении заголовков в данном издании используется формула – не выше 70 символов и с использованием глагола совершенного действия, таким образом, новость подчеркивает событие, которое уже совершилось и по результатам которого были получены результаты. Украинский онлайн-портал чаще применяет в заголовках глаголы в процессе действия – т.е. действие не совершено, а выводы не получены. В отличие от газетных заголовков заголовки

в онлайн-изданиях служат еще и ключевыми словами, по которыми новость индексируется в поисковых системах. Это обстоятельство не позволяет интернет-СМИ пользоваться широким арсеналом изобразительно-выразительных средств.

В третьем параграфе второй главы внимание отведено таким методам подачи новостей, как «инфотейнмент», «финишинг», инфографика, раскрываются особенности и значение терминов. «Инфотейнмент» как разыгрывание новости рассматривался на примере материалов онлайн-СМИ «Медуза» и ТСН. В ходе исследования данных изданий на предмет интересного разыгрывания новости, мы столкнулись с рядом обстоятельств. Во-первых, в «Медузе» этот способ подачи широко распространен. Здесь есть и эксклюзивно написанный текст, и оригинальные фотоиллюстрации, и справка издания по интересующей проблеме, и инфографика. Одним словом, «Медуза» планомерно создают свой неповторимый стиль, используя для этого множество приемов. В украинском издании ТСН инфотейнмент представлен бледно, однако его наличие отрицать нельзя, что отображено на содержащихся в работе графиках. Украинское СМИ более нацелено на классическую подачу информации и чтит традиции прошлого. Однако уже сейчас издание стремится перенять положительный опыт у зарубежных коллег. Более того, при изучении материалов изданий, стал очевиден факт: украинский портал – более щедр на публикации, включающие элементы инфографики.

В последнем параграфе также представлен анализ особенностей приема «финишинг» в изучаемых изданиях. Поскольку «финишинг» является новым способом доведения новости до логического завершения, в отечественной журналистике он представлен не так пестро, как в зарубежной. Широкое использование данного приема помогает создавать уникальные публикации, привлекающие к себе пристальное внимание аудитории. Многие из таких публикаций вызывают широкий общественный резонанс, обсуждаются в других СМИ. Возвращение к ранее поднятой проблеме изданием говорит о том, что материал не просто был создан, а гонорар за него получен, он не был забыт, к

нему было приковано внимание. Если журналист возвращается к проблеме снова, значит, она волнует его, интересует читателей, а у автора есть желание разобраться в произошедшем основательно. Оказалось, что из всех рассмотренных в данной работе приемов подачи новостной информации, для отечественного издания именно этот прием оказался менее используемым, что говорит о сложности реализации «финишинга». Ведь можно проделать массу работы, постоянно следя за проблемой, а в замен получить фактов на заметку.

Изучение на практике материалов «Медузы» и ТСН показало, что прием «инфотейнмент» строится по моделям, объединяющим в себе ряд игровых приемов. В ходе исследования выяснилось, что как в украинской, так и российской прессеинтернет-журналистике, активнее используется прием «инфотейнмент», менее активно – «финишинг», инфографика представлена богата в обоих изданиях. Все используемые методы благоприятно отражаются на формировании положительного имиджа издания. В украинском ТСН материалы строятся в большей степени по традиционной схеме, однако в некоторых номерах газеты появляются элементы «инфотейнмента», «финишинга».

В целях оптимизации новостной политики изданий «Медуза» и ТСН рекомендуется вести непрерывные маркетинговые исследования. Они помогут онлайн-порталам выявить предпочтения читателей и отследить реакцию на ту или иную публикацию. С помощью этого способа удается узнать, какие новости интересуют читателей и каким образом разместить их на площадке. Здесь журналисту следует на некоторое время стать рядовым читателем, посмотреть на издание с позиций целевой аудитории. Следует тонко спланировать работу по поиску и внедрению современных методов подачи новостей. Необходимо отслеживать мировой опыт онлайн-журналистики в этом направлении. Однако нельзя его слепо копировать, следует прийти к пониманию необходимости введения в практику использования таких методов подачи новостей, как «финишинг», инфографика и постараться собственными усилиями создать внутри редакции новые способы обыгрывания новости, сделать новость

«выпуклой», подать ее грамотно. Нужно не просто дать аудитории факт, но и снабдить его комментариями, интригующими фотоиллюстрациями, разбавить информацию сенсационными заявлениями. Тогда новость заиграет, станет интересна, необычайна, броска. А издание получит в виде бонуса читателей, прибыль, журналисты станут стремиться улучшить качество публикаций – станут работать над своим языком, стилем; появится стремление к оттачиванию неповторимого почерка.

Однако для начала изданиям рекомендуется отойти от клише в заголовочном комплексе. Нужно использовать различные жанровые особенности, смешивать жанры между собой в единый материал, не бояться экспериментировать с формой подачи новостей. Пока в украинском издании встречается скучное число жанров – отчеты, заметки, лишь изредка встречаются репортажи и интервью. Настало время разбавить площадь публицистическими жанрами, обозрениями, обзорами, проблемными статьями, расследованиями, комментариями. Хочется видеть на страницах ТСН интригующие сенсационные заявления, «завернутые» в комментарии и главное, чтобы мнения разнились между собой, взвывали к объективности. На страницах изданий должна вестись борьба мнений, суждений, позиций, точек зреній, мыслей... Эту борьбу и должны отражать журналисты. Если ее нет, значит, журналистам следует прибегнуть к иным источникам информации, которые способны поделиться эксклюзивной информацией.

«Медузе» несмотря на то, что ей и так удается активно использовать все современные методы подачи новостей, необходимо искать революционно новое, интересное, быть законодателем моды на новые средства и способы отображения новостей, быть автором современных способов подачи информации, иметь больше эксклюзивных материалов (сейчас там больше перепечатанных публикаций). В этом направлении стоит проделать грандиозную работу. Только в процессе поиска индивидуальной подачи новостей, издание может существовать действительно долгий срок. Уже сейчас «Медуза» обеспечивают себе безбедное будущее. Это происходит лишь путем

бесконечных, постоянных, непрерывных исследований в избранной деятельности. Издание уже полтора года пользуется успехом. С октября 2014 г. она начала издаваться и за этот срок успела зарекомендовать себя как солидное издание, не отстающее от веяний времени и использующее все новое и лучшее. В разное время жизни здесь публиковались самые известные журналисты современности. За полтора года существования «Медуза» завоевала прочную репутацию, которую, как известно, единожды завоевав, удерживать нелегко.

Издание ТСН на рынке Украины появилась 7 лет назад. Для Интернет-издания это достаточно большой срок, однако, избрав в качестве редакционной политики следование наработанным канонам, в основе которых лежит консервативное начало, применение современных методов подачи новостей стало использоваться редко. Однако уже сейчас коллектив издания задумывается над пересмотром своей политики – появляются интересные заголовки, стало больше элементов инфографики, фотографии стали качественнее. Все это дает возможность предполагать, что украинский портал в скором времени ждет совершенное иное будущее. Остается надеяться, что перемены затронут и новостную концепцию издания.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

### **I. Книги на русском языке**

1. Аграновский В.А. Вторая древнейшая. – М. : Аспект-Пресс, 1999. – 189 с.
2. Амзин А.А. Новостная интернет-журналистика. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 140 с.
3. Артамонова И.М. Интернет-СМИ как новая парадигма теории украинской журналистики (на укр. яз.). – Одесса: Запорожье, 2009. – 231 с.
4. Артамонова И.М. Проблемы типологии Интернет-СМИ в новостной журналистике (на укр. яз.). – Одесса: Медиа студия, 2008. – 145 с.
5. Артамонова И.М. Тенденции становления и перспективы развития интернет-медиа в Украине (на укр. яз.). – Донецк: Медиа, 2009. – 212 с.
6. Бакулов Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 365 с.
7. Березин В.М., Волкова И. И., Грабельников А. А. Экранная коммуникация в современном информационном обществе: учебное пособие. – М. : РУДН, 2008. – 347 с.
8. Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция в СМИ. – М. : Аспект Пресс, 1999. – 265 с.
9. Васильева Л.А. Делаем новости! : учебное пособие. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 190 с.
10. Вирен Г.В. Новости современного информационного агентства: принципы создания и отбора, методы оценки /Г.В. Вирен – М. : ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2012. – 277 с.
11. Вуль В.А. Электронные издания. – М.-СПб. : Петербургский институт печати, 2001. – 308 с.
12. Градюшко, А.А. Основы интернет-журналистики: учеб.-метод. комплекс для студ., обуч. по спец. «Журналистика (веб-журналистика)» / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2012. – 152 с.
13. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 377 с.

14. Дэннис Э., Мэррил Дж. Беседы о масс-медиа / пер. с англ. А. Косьяненко, Н. Кигай. – М. : Вагриус, 1997. – 384 с.
15. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 203 с.
16. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Установление повестки дня: теория и технология. – 2-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург: Дискурс-Пи, 2005. – 124 с.
17. Евдокимов В.А. Пресса. Общество. Эволюция. : учебное пособие. – Омск: ОГА, 2014. – 274 с.
18. Зорин К.А., Алексеева Е.А. Работа с источниками информации и новостная журналистика: учебно-методическое пособие. – Красноярск: СФУ, 2011. – 118 с.
19. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика». – М. : Юнити-ДАНА, 2005. – 383 с.
20. Картер М.А. Современный дизайн газет: учебное пособие. – США.: ИА США, 2005. – 324 с.
21. Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 200 с.
22. Калмыков А.А. Медиалогия Интернета. – М. : РГГУ, 2012. – 269 с.
23. Ким М.Н. Новостная журналистика. Базовый курс. Учебник. – СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2005. – 320 с.
24. Кихтан В.В. Информационные технологии в журналистике. – Ростов н/Д.: Феникс, 2001. – 160 с.
25. Козлова О.А. Современные электронные СМИ: учебно-методическое пособие. – Волгоград: ВолГУ, 2012. – 60 с.
26. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: учеб. пособие / под ред. А. В. Колесниченко. – М. : Моск. Ун-т, 2008. – 192 с.
27. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. – М. : Аспект пресс, 2004. – 287 с.

28. Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студентов вузов по специальности «Журналистика» / С. Г. Корконосенко. – СПб. : Знание, СПБИВЭСЭП, 2000. – 272.
29. Крам Р.М. Инфографика. Визуальное представление данных. – СПб.: Питер, 2015. – 382 с.
30. Лаврентьев А.Н. История дизайна: учебное пособие. – М. : Гардарики, 2007. – 303 с.
31. Лукина М.М. Интернет-СМИ: теория и практика: учебное пособие. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
32. Лукина М.М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета: учебное пособие. – М. : факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. – 87 с.
33. Манро Е.А. Строим новость: учеб. пособие для журналистов регион. газет / под ред. Е.А. Манро. – М. : АНРИ, 2011. – 274 с.
34. Машкова С.Г. Интернет-журналистика: учебное пособие. – Тамбов: ТГТУ, 2006. – 80 с.
35. Мельник Г.С., Теляшина А. Н. Актуальные проблемы современности и журналистика: учебное пособие / Г. С. Мельник, А. Н. Теляшина. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : Роза мира, 2009. – 241 с.
36. Мельник Г.С., Ким М. Н. Методы журналистики. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб. : Михайлова В. А., 2008. – 272 с.
37. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. – СПб. : 2002. – 446 с.
38. Новые идеи в теории и практике: сб. науч. трудов. Вып. 2 / отв. ред. Д. П. Гавра. – СПб. : Роза мира, 2007. – 175 с.
39. Погорелый Ю.А. Технология новостей от Интерфакса: учеб. пособие для студентов вузов / В. В. Герасимов [и др.], под ред. Ю. А. Погорелого. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 159 с.
40. Потятиник Б.В. Интернет-журналистика. – Львов: ПАІС, 2010. – 190 с.

41. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник. – 8-е изд., испр. – М. : Аспект-Пресс, 2011. – 351 с.
42. Солганик Г.Я. Стилистика текста: учеб. пособие. – М. : Флинта, Наука, 1997. – 256 с.
43. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / под ред. А. А. Тертычного. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
44. Торалиева Г. С. Международные стандарты онлайн-журналистики: практическое руководство. – Бишкек: КРСУ, 2006. – 61 с.
45. Фомичева И.Д. Социология Интернет-СМИ. – М.: факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. – 79 с.
46. Урсул А.Д. Информационная глобалистика как основание глобального мировоззрения – М. : Русская школьная библиотечная ассоциация, 2013. – 294 с.
47. Фихтелиус Э.М. Новости. Сложное искусство работы с информацией. – М. : Медиа Мир, 2008. – 255 с.
48. Шостак М.И. Журналист и его произведение. - М. : Гендалф, 1998. – 96 с.
49. Якунин А.В. Веб-юзабилити и эргономика Интернет-СМИ: учебное пособие. – СПб.: СпбГУ ВШЖиМК, 2015. – 265 с.
50. Вейлер К., Маурер Р. Сетевые СМИ – другая журналистика? / пер. с англ. А. Кобякова. – Австрия, Зальцбург. : 2012. – 67 с.

### **на иностранном языке**

51. Dominick J.R. The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age. – McGraw-Hill, 2010. – P. 457.
52. Ithiel de Sola Pool. Technology without Boundaries. On telecommunications in a Global Age. – USA.: Harvard University, 1990. – P. 42.
53. Klaus O, Meier Hg.: Internet-Journalismus. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. – UVK: Konstanz, 2002. – 488 s.
54. Mencher M. News reporting and writing. – USA.: McGraw-Hill Higher Education, 12 edition. Madison, WI, 2010. – P. 332.
55. Stephens J., Mitchell R. A History of News. – UK.: Harcourt Brace College Publishers, 1997. – P. 368.
56. Terry F. New Media: an introduction. – USA.: New York, 2007. – P. 26.

57. Tufte E.R. *The Visual Display of Quantitative Information*. – UK.: Cheshire, CT., Graphics Press, 2-nd Edition, 2001. – P. 197.
58. Van Dijk T.A. *News as discourse*. – USA.: Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum associates, 1988. – P. 255.
59. Quinn S., Filak V. *Convergent Journalism: an introduction*. – UK.: Focal Press, Burlington, Mass, 2005. – P. 355.

## **II. Научные публикации в журналах на русском языке**

60. Акопов А.И. Глобальное средство массовой информации // Мир медиа XXI. Новые информационные технологии. 1999. № 1. – С. 4-7.
61. Алексеенко Д.И. Особенности понятия «новость» и «информация» в экономической журналистике // Челябинский гуманитарий. 2014. Т. 1. № 26. – С. 25-31.
62. Алгави Л.О. К вопросу о периодизации российской онлайн-журналистики // Вестник РУДН. Серия 5. Литературоведение. Журналистика. 2013. № 3. – С. 76-85.
63. Васильева Л.А. Новостная журналистика периода демократического транзита: методы подачи // Вестн. Дальневосточного отделения РАН. Серия 5. Журналистика. 2005. № 2. – С. 118-120.
64. Васильева Л.А. Новостная журналистика как фактор становления демократического общества // Теоретические и практические вопросы развития научной мысли в современном мире. 2013. № 1 – С. 140-149.
65. Дускаева Л.Р. Новостной гипертекст сетевых СМИ6 трансформационные стилистико-речевые процессы // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. № 1. – С. 45-53.
66. Жуков А.С. Особенности новостной журналистики на современной этапе // Язык. Право. Общество. 2014. № 1. – С. 135-141.
67. Жуков А.С. О соотношении понятий «лид» и «хэдлайн» в новостных материалах традиционных и интернет-СМИ // Молодой ученый. 2013. № 4. – С. 669-671.

68. Засурский Я.Н. Информационное общество в России: парадоксы элитарного Интернета // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 96. – С. 4-13.
69. Колесникова М.В. Основные виды сетевых СМИ и некоторые аспекты их функционирования (на материале американского сегмента Интернета) // Филологический вестник Ростовского гос. ун-та. 2000. № 1. – С. 45-49.
70. Кульчицкая Д.Ю. Мультимедиа и СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. – С. 100-105.
71. Куприятнова Е.М. Инфографика как средство передачи новостной информации // Перспективы развития мировой системы журналистики. – 2013. № 2. – С. 98-102.
72. Курилов А.Е. Генезис новости в новостном поле // Преподаватель ХХI век. 2015. Т. 2. № 2. – С. 391-398.
73. Лайкова Я.В. Инфографика в российских СМИ: периодизация и тренды развития // Медиаскоп. 2015. № 2. – С. 6.
74. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Новостная журналистика в свете предметно-функционального подхода к дифференциации жанров // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. № 2. – С. 97-112.
75. Лазуткина Е. В. Проблема типологии новостных ресурсов в рамках онлайновой журналистики // Вестник Адыгейского Гос. Ун-та. 2009. № 3. – С. 52-55.
76. Макушин А.Б. Современная трактовка понятия новости в условиях медиаконвергенции // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. Т. 2. № 2. – С. 214-216.
77. Некляев С.Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 4. – С. 58–76.
78. Самуляк О.В. Интернет-журналистика в Украине – современное состояние отрасли // Известия южного федерального ун-та. Филологические науки. 2014. № 1. – С. 124-131.
79. Сергеев Е.Ю. Интернет-телевидение: современные информационные потребности общества // Научные труды СЗИУ РАНХиГС. 2014.. Т. 5. Вып. 1. № 13. – С. 380-382.

80. Смирнова Е.А. Инфографика в системе журналистских жанров // Вестн. ВолГУ. Серия 8. Литературоведение. Журналистика. Вып. 11. 2012. № 5. – С. 142-144.
82. Чабаненко М.В. К вопросу об истории и особенностях развития отечественных журналистских Интернет-изданий (на укр. яз.). // Теле- и радіожурналістика: сб. наук . трудов / Львовский национальный . ун-т имени Ивана Франко. 2009. № 8. – С. 102-114.
83. Чергинец О.А. Инфографика как средство визуальной коммуникации // Россия молодая, КузГТУ. Сер.1. Дизайн. Журналистика. – 2014. – С. 99-102.
84. Шитенко Ю.О. «Новостные игры» как феномен журналистики // Вестник Челябинского гос. Ун-та. 2015. – С. 350-356.
85. Шмелева Т.В., Веселова А.А. Язык медиасферы: визуальная составляющая // Ученые записки НГУ. Сер.2. Филология. Журналистика. 2015. № 2. – С. 52-54.

#### **на иностранном языке**

86. Friendly M. Brief History of Data Visualization // Scopus. 2008. № 22. – Р. 112-114.
87. Hall S. The Determination of News Photographs // The Manufacture of News. 1973. – Р. 184-185.

#### **III. Интернет-ресурсы и электронные базы данных**

88. Интернет в России, бюллетень. Весна 2015, ФОМ. [Электронный ресурс] URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12275/> (Дата обращения: 25.04.2016).
89. Толковый словарь С.И. Ожегова [Электронный ресурс] URL: <http://slovarozhegova.ru/> (Дата обращения: 04.04.2016).
90. Рудerman И.Н. Что такое инфографика? [Электронный ресурс] URL: <http://www.colta.ru/articles/specials/1339/> (Дата обращения: 30.12.2015).
91. Красильщик И.В. Новости mobile vs web. Кто, как и зачем читает новости в телефоне? [Электронный ресурс] URL: <http://lifehacker.ru/2015/05/29/ilya-krasilshhik-meduza-verstaem-sajt-v-pryamom-efire/> (Дата обращения 30.03.2016).

92. Интервью Тимченко Г.А. [Электронный ресурс] URL:  
[http://mymedia.org.ua/articles/media/otkroveniya\\_meduza.html](http://mymedia.org.ua/articles/media/otkroveniya_meduza.html) (Дата обращения: 25.10.2014).

93. Отчет www.meduza.io за 2014-2015. [Электронный ресурс]  
[https://www.facebook.com/tintorero/media\\_set?  
set=a.10154559708858327.1073741828.711408326/](https://www.facebook.com/tintorero/media_set?set=a.10154559708858327.1073741828.711408326/) (Дата обращения: 30.03.2016).

## ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1.

URL: <http://tsn.ua/politika/rozriv-dipvidnosin-z-rosiyeyu-hto-y-navischo-golosuvavza-skandalnu-postanovu-622878.html>

РОЗРИВ ДИПВІДНОСИН З РОСІЄЮ. ХТО Й НАВІЩО ГОЛОСУВАВ ЗА  
С К А Н Д А Л Й Н У



## Приложение 2.

URL: <http://www.colta.ru/news/5074>

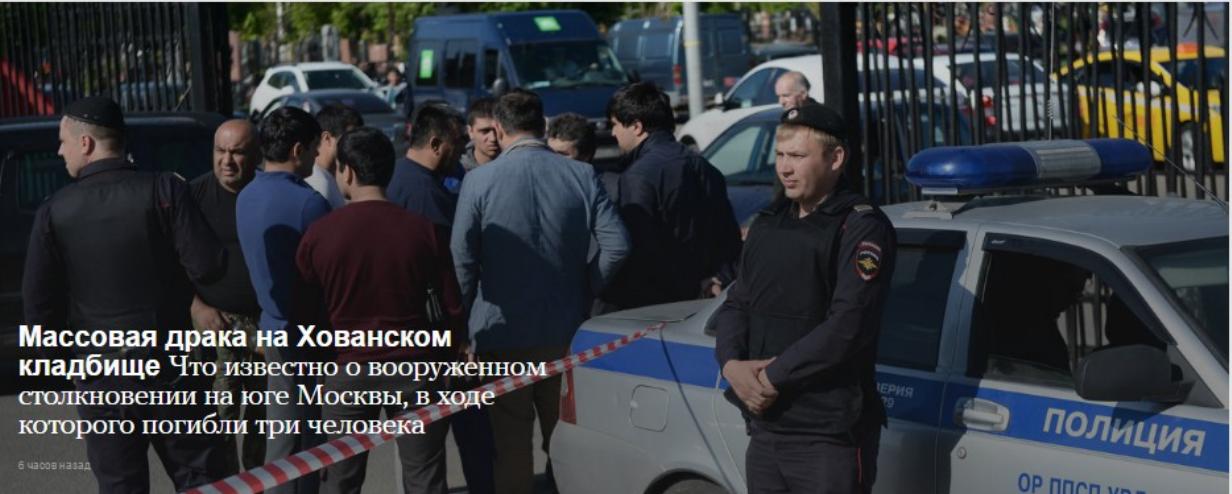
The screenshot shows the homepage of the Meduza news website. At the top, there is a banner for a special series of Mazda 6 cars. Below the banner, the Meduza logo is displayed, along with navigation links for 'НОВОСТИ', 'ТЕМЫ', 'КАРТОТКА', 'СТАТЬИ', and 'ШАПИТО'. A toggle switch for dark mode is also present. The main content area features several news cards from various sources:

- РИА НОВОСТИ**: 'Минобороны РФ посоветовало шведам искать голландскую подлодку вместо российской' (Mazda 6 banner)
- MEDUZA**: '«Спросите у Володина» Почему присяжные оправдали бывшего мэра Энгельса: репортаж Андрея Козенко' (Image of a man in a suit)
- КОММЕРСАНТ**: 'Национальную систему платежных карт создадут на базе бельгийской технологии'
- DEUTSCHE WELLE**: 'Инвесторы «ЮКОСа» решили добиться конфискации имущества РФ за рубежом'
- THE WASHINGTON POST**: 'Власти США выплатили миллионы долларов высыпаемым из страны эсэсовцам'
- ГАЗЕТА.РУ**: 'Авторство шутки про «братьев Уильямс» приписали режиссеру «Вечернего Урганта»'
- КОММЕРСАНТ**: 'Попасть легко, уйти невозможно «Власть» — о жизни выпускников детских домов в психоневрологических интернатах' (Image of a building)

A sidebar on the left side of the main content area contains a card titled 'На сколько вырастут налоги на жилье?' with 13 карточек. Below this, there is a section titled 'ТЕМА' with the heading 'Русская подлодка в Швеции'.

Приложение 3.  
URL: <https://meduza.io/>

НОВОСТИ ИСТОРИИ РАЗБОР ИГРЫ ШАПИТО



**Массовая драка на Хованском кладбище** Что известно о вооруженном столкновении на юге Москвы, в ходе которого погибли три человека

6 часов назад



**Увольнение руководства РБК**

Разгром РБК. Коротко Главное, что нужно знать об увольнении руководителей лучших редакций в России

#### Приложение 4.

URL: <https://meduza.io/feature/2016/04/02/nagornyy-karabah-glavnoe>

Нагорный Карабах: что происходит:

Meduza

16:55, 18 марта 2016

С 16 марта 2016 года поселок Плеханово в Тульской области находится под особым контролем полиции. В Плеханово более полувека находится крупнейшее цыганское поселение в России. Все дома цыган — «самострой», на который нет никаких разрешений, из-за чего к ним нельзя легально провести ни электричество, ни газ. Цыгане вынуждены подключаться к сетям незаконно — именно это и вызвало конфликт между ними и газовыми службами: цыгане забрасали камнями и палками рабочих, приехавших устранять незаконные врезки в газопровод. После этого в поселок ввели ОМОН, приказав ему действовать «решительно и жестко». Специальный корреспондент «Медузы» Даниил Туровский побывал в цыганском поселении и узнал у местных жителей, как они будут себя вести после столкновений с полицией.

17 марта, вечер. Два парня лет по четырнадцать подбрасывают в костер несколько палок. Они падают на тлеющую автомобильную покрышку, от которой идет едкий дым. Его почти не видно — на улице уже темно. Парни смотрят то на огонь, то на толпу у единственного дома, в котором горят окна.

ОМОН уехал всего час назад, и местный цыганский барон Ено (Иван) Георгиевич Михай тут же объявил народный сход.

Его дом стоит в центре цыганского поселения, рядом с продуктовым магазином. Толпа набивается внутрь дома, но женщины остаются у входа. Здесь скромно: вместо дверей между комнатами висят занавески, из мебели — только кресло.

Барон — усатый мужчина в разноцветном вязаном свитере — устраивается в кресле и закуривает. Другие мужчины табора выстраиваются вокруг него. В первые минуты они обсуждают здоровье пострадавших в столкновениях с полицией. «Двоих сильно отпинали ногами», — переводит мне один из жителей поселения (все собравшиеся говорят на котлярском диалекте цыганского языка). Ено Михай просит мужчин успокоить и сдерживать своих жен, сестер и дочерей. «Все это устроили бешеные бабы», — объясняет мне один из собравшихся. Через несколько минут на меня обращают внимание почти все присутствующие. «Так, а русский чего здесь делает?», — спрашивает высокий мужчина, похожий на Филиппа Киркорова. Он выводит меня из дома на крыльцо.

«Ты не обижайся, но только для своих, — говорит он, представившись Николаем. — Хотя там и неинтересно». Он остается на крыльце. Я спрашиваю его, ждет ли он возвращения полицейских. Николай кивает, он уверен, что полиция не только вернется, но и снесет все дома в поселении. «Потому что это

уже Тула, а мы окраина — тут выгодно, например, построить какой-нибудь торговый центр», — говорит он.

Неожиданно дверь дома открывается, на улицу выбегает Ено Михай и направляется быстрым шагом в сторону большого дома напротив. За ним идут все собравшиеся — около 100 человек. Ено Михай забегает в дом, громко на кого-то ругается внутри и останавливается в центре площади. Его тут же окружают. Он просит всех разойтись по домам. Кто-то жалуется — холодно, нет отопления. «Газовики отключили газ только нам, у русских всех работает», — рассказывает мне Николай. Барон разводит руками: придется пока терпеть.

Многие начинают расходиться по домам. В одном из домов, куда меня приглашают, и правда холодно — почти так же, как на улице. Хозяева удивляются: они десятилетиями пользовались газом (нелегально, сделав врезку в общий газопровод Плеханова и проведя от нее трубу к дому), а теперь приходится мерзнуть. У хозяина дома, Бориса, конспирологическая версия. «Пришел новый губернатор (*в феврале губернатором Тульской области вместо Владимира Груздева стал Алексей Дюмин — прим. „Медузы“*) и решил зачистить нас и вынудить уехать — мы же ведь все воры и наркоманы», — говорит он.

У въезда в село дежурят два полицейских автобуса. Еще четыре — рядом со зданием местной администрации. Проходящие мимо цыганки кричат в их сторону: «Вы все сгниете!».

Конфликт в Плеханово возник еще 10 марта. Тогда в аварийную службу поступило заявление о снижении давления газа, во многих домах он пропал. Сотрудники местного филиала «Газпрома» установили, что в газопроводе в районе цыганского поселения есть несколько десятков незаконных врезок. 15 марта кто-то повредил подземный уличный газопровод, в него попала вода. В целях безопасности газоснабжение отключили на целом участке, и у цыган пропал газ, которым они отапливают дома и на котором готовят еду.

16 марта на место выехала аварийная бригада, чтобы устранить нарушения. Для подземных работ они пригнали экскаватор.

Представитель тульского «Газпрома» рассказывал «РИА Новости», что незаконные подключения к газу в поселке Плеханово — «стародавняя история». «Это длится уже не один год, — говорил он. — Проблема в том, что эти люди, может, и были бы не против платить за газ, но для этого им нужно узаконить свои дома. Ведь мы выдаем разрешение на подключение к газу только владельцам, тем, кто зарегистрировал право собственности. А здесь они самовольно разместились на землях».

Увидев газовиков, около ста цыган отправились протестовать к поселковой администрации, подожгли там покрышки и забросали здание бутылками. На дым от покрышек обратили внимание жители «русского» района

Плеханово. Они позвонили в полицию. На приехавших в поселок полицейских на палки и женщины и дети — и х забросали камнями и палками, атаковали и экскаватор.

Видео конфликта между цыганами и газовиками в поселке Плеханово Тульской области

На следующий день, 17 марта, в поселок ввели ОМОН и внутренние войска. Около полутора тысяч полицейских в полном обмундировании оцепили место проведения газовых работ и несколько улиц в поселке. В тульском МВД заявили, что силовикам дали приказ действовать «решительно и жестко». Полицейские задерживали тех, кто пытался вступать с ними в разговоры. Подходившим к оцеплению женщин полицейские били щитами и пугали дубинками; мужчин не только пугали — укладывали на землю и били. Четырех мужчин увезли в одно из тульских ОВД, их подозревают в неподчинении сотрудникам полиции.

Одна из женщин, обернувшись в шубу и встав на колени, кричала на омоновцев: «У меня ребенок замерзает, что вы делаете?».

Ближе к обеду столкновения прекратились. Сотрудники газовой компании под охраной полиции ликвидировали около двадцати несанкционированных врезок и обследовали газопровод, пролегающий рядом с цыганским поселением. Около 17:00 ОМОН и сотрудники аварийной службы уехали из цыганского поселения.

Губернатор Тульской области Алексей Дюмин ближе к вечеру 17 марта заявил, что больше не допустит «подобного беспредела». «Особо хочу отметить, что вызванным для наведения порядка силам полиции было оказано сопротивление, повлекшее угрозу для их жизни, что не допустимо ни при каких обстоятельствах», — сказал он.

В Плеханово находится крупнейшее поселение цыган в России — их тут около трех тысяч (треть всего Плеханово). Помимо этого населенного пункта, цыгане расселились и в других районах Тульской области, особенно в поселках вдоль железной дороги курского направления — рядом со станциями Пахомово и Шульгино, в районе Косая гора.

Цыгане-котляры (потомственные кузнецы и лудильщики котлов) поселились тут в 1960-х: сначала несколько лет ставили около Плеханово табор, потом остались насовсем и построили дома. Тогда бароном был еще Григорий Михай — отец нынешнего барона Ено.

В одном из домов цыганского поселения живет семья Ивануц. В доме шесть просторных комнат, в которых проживают четырнадцать человек (двенадцать детей). Полы и стены в них завешены коврами. Последние три ночи семья проводила на кухне — только ее удается прогреть небольшим обогревателем. На обогреватель покрупнее не хватает электричества. Раньше дом отапливали газом.

«Мы живем тут с 1962 года, теперь нас так вынуждают уезжать. — рассказывает Владимир Ивануц. — Хотят, чтобы мы по вокзалам шатались и воровали?»

Он уверен, что после газа власти отключат цыганское поселение от электричества (к нему табор тоже подключился несанкционированно). «Тогда вообще не сможем никак отопить помещение, будем спать в машинах», — говорит он. Спрашиваю, почему они не хотят использовать газовые баллоны. «Ой, мы очень боимся, они все взрываются! — кричит жена Владимира. — Тут несколько домов взорвались. Мы сделаем обычную печку с дровами, всегда будет тепло». Она рассказывает, что у них хорошие отношения с «русским населением», но они никогда не пустят к себе переночевать. Пока она это рассказывает, трое детей бегают по комнате с веником. Перед домом двое детей играют в футбол пластиковой бутылкой.

Владимир Ивануц рассказывает: недалеко от городской администрации живут «сумасшедшие русские, которые на нас нападают». По его словам, в Плеханово есть несколько семей, которые пишут в администрацию Тульской области письма с просьбой выселить цыган.

«К нам из администрации приезжают только, когда выборы скоро, — говорит он. — Обещают дорогу сделать или проложить газ, если мы проголосуем понятно за кого. Потом, конечно, ничего не происходит».

В отличие от многих цыганских поселений (например, «Рыбацкого» табора в Санкт-Петербурге, где люди жили в картонных лачугах), в Плеханово у цыган серьезные постройки — в основном, двухэтажные кирпичные дома. Попадаются и небольшие деревянные избушки, но их немного. С 2006 года в поселке работает цыганская начальная школа.

Большинство этих домов запланированы под снос. «Приставам выписаны предписания на снос 118 домов, — говорит мне Сергей Скопцов, начальник отдела по работе с территорией Плеханово главного управления администрации Тулы. — Но дальше этого они никуда не пошли и ничего не сносят».

Жители поселка не имеют постоянной работы. Мужчины летом работают на стройках коттеджей в дачных поселках, женщины — в полях местных колхозов. В другое время года мужчины целыми днями ищут по области металлом — вечером их можно увидеть в электричках, возвращающихся с огромными мешками, забитыми добычей. Женщин периодически ловят на мелких кражах в тех же электричках.

\*\*\*

Жители «русского» Плеханово высказываются о соседях крайне негативно. Они уверены: из-за цыган у них периодически пропадает свет и газ из-за несанкционированных подключений.

«У нас в некоторых районах опасно ходить пешком, особенно, когда стемнеет, периодически кого-нибудь избивают или обворовывают посреди улицы», — говорит живущий в поселке Алексей. «Они трогают нас своими вонючими руками, бьют по попе, свистят нам, срут на дорогах, разбрасывают мусор. — говорит двадцатилетняя жительница Плеханово Кристина. — По-хорошему, их надо посадить всех по вагонам и увезти».

Кроме того, жители уверены, что цыгане распространяют болезни. В декабре 2013 года Роспотребнадзор сообщал, что в цыганском поселении находился очаг кори — тогда заболели 10 цыган.

«Все про них понятно, но вот чему нам у них нужно поучиться, так это сплоченности. — говорит Максим, владелец магазина в Плеханово. — У нас бы все спрятались по домам, закрыли шторы. А эти поддерживают друг друга».

В 2014 году жители Плеханово жаловались занимавшему тогда пост губернатору Владимира Груздеву на цыган, которые «не платят ни копейки». Груздев тогда призывал относиться к ним, как «к соседям и гражданам большой великой страны».

Утром 18 марта в поселок снова приехала аварийная служба — уже без охраны. Цыгане не обратили на них никакого внимания.

Днем в администрацию поселка пригласили тех, у кого есть документы на землю и собственность. На встречу пришел только один человек. «Потому что у них нет никаких документов, — говорит мне Скопцов (у него на шее висит золотая цепь, на телефоне играет рингтон с гимном ВДВ). — Когда только пришел сюда работать, думал нужно верить людям. Через месяц понял, что верить можно только бумагам».

Ближе к обеду на закрытую встречу в администрацию пришел барон Ено Михай с заместителями. «У людей не должны быть каменные сердца», — сказал кто-то из цыган представителям газовой компании. «В обратку уже ничего не вернешь, — ответил им Скопцов. — Вы слишком большое внимание на себя обратили, на весь мир устроили».

Максим Щербаков, глава Зареченского округа Тульской области, после встречи заявил, что переговоры прошли конструктивно. «Все согласились на то, что нужно делать все официально, будем проектировать территорию, потому что нельзя просто так вести ручейки топлива. Не могу сказать, сколько это займет». Он заявил, что ему ничего не известно том, что территорию

Барон Ено Михай после встречи сказал мне, что доволен разговором. «Никогда больше конфликта не будет», — заявил он. Он добавил, что цыганская община готова ждать и сделать все официально.

Пока шли переговоры, работники тульского водоканала начали изучать незаконные врезки к их трубе. В поселке отключили воду.

По словам одного из цыган, представители администрации намекнули, что газ вернется только через четыре-пять лет — столько времени займет оформление земли и собственности, а также проведение газопровода. «Пять лет? — слышит разговор Людмила, жительница цыганского поселения. — Тогда мы его весь взорвем просто! Надо Путина сюда вызывать!»

**Даниил Туровский** *Плеханово (Тульская область)*

## Приложение 18.

U R L : <https://meduza.io/feature/2016/04/18/pochemu-neftyanoy-sammit-v-dohе-provalilsya>

Участники нефтяного саммита в Дохе, в котором принимала участие и Россия, не смогли договориться заморозить хотя бы суточные объемы добычи нефти, чтобы повысить ее цену. В рамках совместного проекта центра Карнеги и «Медузы» партнер консалтингового агентства RusEnergy Михаил Крутихин рассуждает отом, что договориться изначально было невозможно. Уход каких-либо поставщиков с рынка через вольное или невольное замораживание добычи будет означать одно: освободившуюся нишу быстро займут американцы из сланцевых компаний.

Ничего сенсационного в Дохе не произошло. Собравшиеся в воскресенье в катарской столице представители нескольких нефтедобывающих стран не смогли вымучить даже совместное заявление о готовности заморозить суточные объемы добычи.

Результат предсказуемый. Попытка манипулировать нефтяными ценами в отсутствие главного игрока на этом рынке была заведомо обречена на провал. А игрок этот в картельные игры играть не хочет и не может: это тысячи и тысячи американских нефтедобывающих компаний, которые своей «сланцевой революцией» продемонстрировали, что время нефтяных заговорщиков и манипуляторов прошло.

Эти компании, не сговариваясь, быстро и эффективно восполнят любой дефицит спроса на жидкые углеводороды без оглядки на политику и «патриотизм». Невозможно представить это множество компаний, которые руководствуются исключительно соображениями коммерческой рентабельности, вызванными на ковер Белого дома и выслушивающими приказ нарастить добычу нефти, чтобы наказать Россию, саудовцев, иранцев, венесуэльцев и далее по бредовым спискам досужих commentators.

В Соединенных Штатах наготове дожидается своего часа огромное число буровых установок и комплектов оборудования для гидроразрыва пласта, чтобы возобновить работу, как только оставленные на время промыслы выйдут на уровень рентабельности. Пробурены тысячи скважин, где осталось только приступить к периодическим операциям по этому самому гидроразрыву. Покажут цены уверенный рост за пределами 40 долларов за баррель марки WTI — американцам потребуется несколько недель, чтобы увеличить добычу в национальных масштабах.

Иными словами, уход каких-либо поставщиков с рынка через вольное или невольное замораживание добычи будет означать одно: освободившуюся нишу быстро займут американцы. Несогласованные рыночные действия нефтедобывающих компаний в США победили махинаторов из некогда всемогущей ОПЕК. Технологический прогресс побил политику.

Да и внутри ОПЕК никакой солидарности давно нет. Существовавшие когда-то согласованные квоты на добычу по отдельным странам давно отменены, а на официально объявленную общую квоту всей организации никто внимания не обращает. А уж в условиях триумфального шествия сланцевой революции, создавшей устойчивый избыток предложения на рынке, каждый опековец отстаивает собственные интересы, лишь для приличия заявляя о сотрудничестве с другими членами бывшего картеля.

Лучше всех это поняли, похоже, в главной стране ОПЕК — Саудовской Аравии, где неожиданно для многих еще в 2014 году решили, что сокращать добычу ради поддержания высоких нефтяных цен бессмысленно и убыточно. Саудовцы решили, что в условиях избыточного предложения со стороны неподконтрольных американских поставщиков драться надо не за цены, а за объемы, защищая свои традиционные рынки и стараясь привлечь новых покупателей, пусть даже и путем откровенного демпинга.

Да, низкие цены привели к тому, что экспортёры нефти потеряли почти полтриллиона долларов с осени 2014 года по сравнению с тем, что могли бы выручить за баррели, уходившие за сотню и дороже. Потери тяжелые, особенно если учесть провал социально-экономических программ, появившихся в период высоких прибылей от паразитирования на дешевой в добыче, но дорогой в продаже нефти. И совещание 17 апреля в Дохе стало отчаянной, хоть и заведомо безнадежной попыткой хоть как-то повлиять на ситуацию — пусть даже и ненадолго, и немного заработать на временном повышении цен под воздействием слухов о вероятном замораживании.

Не имея возможности вовлечь в эту игру не подчиняющиеся приказам американские компании, саудовцы старались обеспечить солидарность поставщиков хотя бы внутри ОПЕК. Отдавать часть своих рыночных ниш американцам еще куда ни шло, но видеть, как вместо саудовской нефти покупают нефть иранскую, для Эр-Рияда было выше всяких сил. Поэтому делегация королевства на встрече в Катаре заняла категоричную позицию: соглашаются на замораживание или все, или никто. А поскольку иранцы на такую солидарность пойти не могут — им надо восстанавливать утраченный в годы санкций экспортный потенциал, — то провал переговоров стал неизбежным.

К тому же и другие члены ОПЕК отнюдь не готовы сокращать объемы продаж. О планах наращивания добычи заявляют в Ливии, Ираке, Кувейте, Нигерии. Что касается России, то исходящие из Москвы предложения присоединиться к замораживанию с самого начала выглядели малоубедительно.

Министр энергетики РФ Александр Новак, который вел переговоры по этой инициативе, не имеет практически никаких инструментов для регулирования — не говоря уже о манипулировании — в отечественной нефтяной отрасли. Его бюрократическое ведомство лишь собирает данные о добыче, потреблении и экспорте (по большей части данные недостоверные, да и то лишь те, которые компании соблаговолят сообщить) и готовит ни к чему никого не обязывающие «стратегии» и «генеральные схемы развития». Чтобы воздействовать на поведение компаний, Новаку приходится обращаться выше, к президенту, дабы тот пригласил нефтяных «генералов» в свой кабинет и дал им ценные указания.

Такое ручное руководство отраслью и объемами добычи остается, однако, во многом демонстративным и играет исключительно на публику. В ситуации избыточного предложения, слабеющего спроса и низких цен российские нефтяники поневоле руководствуются теми же принципами, что и их коллеги в других странах. Они гонят на экспорт все, что могут добыть с минимальными затратами. При этом инвестиции в геологоразведку и в освоение новых залежей, где получение прибыли ожидается лишь через несколько лет, усыхают. При таком подходе действующие промыслы опустошаются ускоренными темпами, а новые не приходят им на смену, и добыча нефти в России неизбежно начнет снижаться без всяких искусственных замораживаний.

Помните слова Владимира Путина о катастрофе, которая наступит, если цена барреля опустится ниже 80 долларов? Президент определенно имел в виду не мировую экономику, а российскую, которая почти полностью зависит сейчас от нефти. Вводить новые месторождения в эксплуатацию в России имеет смысл лишь в том случае, если цена нефти надолго, на пару десятилетий, установится на уровне выше 80 долларов — ведь больше 70% оставшихся в наших недрах запасов требуют для добычи именно таких затрат.

На недавнем семинаре в «Деловой России» представитель Центробанка сообщил, что в первом квартале этого года российская нефть реализовывалась в среднем по 32 доллара за баррель против 52 долларов годом ранее. По его словам, постепенный рост цены до 40 долларов в банке ждут только к 2020 году. Что станет с госбюджетом, если такой мрачный сценарий осуществится?

В проекте годового бюджета, рассчитанного на баррель по 50 долларов, предусматривалось добавить в экономику свеженапечатанных денег на полтора триллиона рублей. Если средняя цена нефти в этом году составит 35 долларов,

денежная масса может вырасти триллионов на пять, а это выльется в галопирующую инфляцию и значительное ухудшение качества жизни в стране.

В историческом масштабе период проедания «природной ренты» был относительно коротким, но ущерб он нанес огромный. Паразитируя на высоких нефтяных ценах, Россия не развивала другие отрасли, которые могут быть конкурентоспособными в новых постиндустриальных условиях. Руководство страны самоуверенно пошло по пути изоляции от развитых стран с их передовыми технологиями и пустилось на внешнеполитические авантюры, не обращая внимания на их экономические последствия.

Новая реальность нефтяного рынка может стать отрезвляющим фактором, если, конечно, вынудит руководство России сменить ориентиры с самоизоляции на всестороннее сотрудничество с наиболее развитой частью мирового сообщества.

#### **Другие тексты Московского центра Карнеги по теме**

[Что даст соглашение России и ОПЕК по нефти](#)

[Могут ли саудиты потерять лидерство на рынке нефти](#)

[Как нефтяная отрасль России реагирует на дешевую нефть](#)

**Михаил Крутихин**

*Московский центр Карнеги*

Приложение 19.

URL: <https://meduza.io/feature/2016/01/14/slushayte-da-ne-nuzhno-pro-prava-lyudey>

## **«Слушайте, да не нужно про людей»!**

Meduza

15:14, 14 января 2016

Государственная Дума на следующей неделе рассмотрит в первом чтении законопроект, наказывающий за «публичное выражение нетрадиционных отношений». Депутаты хотят внести поправки в Кодекс об административных правонарушениях: если однополая пара будет обниматься или целоваться на улице, то будет оштрафована. А если демонстрация чувств будет проходить в образовательных или культурных учреждениях, то пару предлагается посадить в спецприемник на срок до 15 суток. Законопроект внесли депутаты из фракции КПРФ. Специальный корреспондент «Медузы» **Даниил Туровский** поговорил с соавтором документа, депутатом Иваном Никитчуком.

**— Почему вы решили внести такой законопроект?**

— Вы же нормальный человек? По-моему, природа создала мужчину и женщину для пары, во всем животном мире есть пары. Даже в растительном мире так: есть пестик, есть тычинка. Но больные и ненормальные люди решили, что можно свои сексуальные проблемы решать по-другому. Это их психические отклонения — от нормы поведения, от назначения природой. Мы этим законопроектом не запрещаем «этим» заниматься — тычинка в тычинку, пусть под одеялом занимаются, — но демонстрировать свои бесовские устремления, которые нам Запад навязывает...

Извините, у нас Россия. У нас страна, где всегда уважали традиции, были и есть совесть, понятие стыда. А все эти целующиеся бородатые мужики кроме блевоты ничего не вызывают.

**— У вас в тексте законопроекта говорится, что наказание будет следовать за проявления гомосексуальности в публичных местах. Что вы под ними понимаете? Подъезд жилого дома? Балкон, который видят соседи?**

— Публичные места — это места, где ты не один: улица, метро и так далее.

**— И что должно происходить? Люди идут по улице, держась за руку, или целуются. К ним подходят полицейские и задерживают?**

— Естественно. Так должно происходить.

**— За любовь будут сажать в тюрьму?**

— Ну, если это любовь... Вы имеете в виду, что мужик мужика любит? Это любовь называется?

— **А так не может быть?**

— Я думаю, не может. У нормальных людей этого не может быть. У больных извращенных людей — может.

— **В документе вы указываете, что гомосексуалы представляют серьезную опасность для государства и общества. Вы о чем?**

— Не зря же это дело довольно щедро финансируется Западом и внедряется в России в наше сознание. Развращают молодежь, дезориентируют, рождаемости наносится вред. Здесь все продумано.

— **Вы еще цитируете в законопроекте Хиллари Клинтон: «Права геев — это права человека»...**

— Слушайте, да не нужно только про права людей! Мы дойдем до абсурда. Есть любители мочиться на улице вселюдно. Давайте их права защищать. Мы с этими правами человека уже дошли до абсурда. Особенно на Западе. Смотрите что творится в Кельне! Вот они — права человека.

— **Из всего сказанного я понял, что вы считаете гомосексуалов психически ненормальными людьми.**

— Вы же нормальный человек? Если нормальный? У вас что-нибудь в штанах поднимется на мужика — чтобы ему впендрюить в заднюю часть бойца? Это нормально, вы считаете?

— **Я считаю гомосексуалов такими же людьми, как все остальные.**

— Я вам желаю успехов.

*После этого депутат Госдумы Иван Никитчук бросил трубку.*

**Даниил Туровский**  
Москва

## Приложение 20.

URL: <http://ru.tsn.ua/politika/avtorom-skandalnoy-popravki-k-gosbyudzhetu-okazalsya-deputat-misik-eksklyuziv-tsn-556098.html>

АВТОРОМ СКАНДАЛЬНОЙ ПОПРАВКИ К ГОСБЮДЖЕТУ ОКАЗАЛСЯ ДЕПУТАТ МИСИК. ЭКСКЛЮЗИВ ТСН Политика 5 января, 16:14 25781 Сам нардеп заявил, что не помнит, вносил ли данную поправку. Инициатором поправки финального текста закона о госбюджете, которая касается отсрочки декларирования всех активов в электронном виде и угрожает введению безвизового режима, является внефракционный депутат Владимир Мисик. Это следует из документа за подпись народного избранника, который оказался в распоряжении ТСН. Именно Владимир Мисик предложил внести в текст закона о госбюджете поправку, которая угрожает введению безвизового режима с ЕС. TSN.ua Сам народный депутат сказал, что не помнит, вносил ли он данную поправку. Ранее нардеп от "Блока Петра Порошенко" Мустафа Найем заявил, что автором поправки был нардеп от "Воли народа" Андрей Деркач. Однако последний в комментарии ТСН опроверг данную информацию "В таблице правок бюджетного комитета это правка депутата Мисика! Правда в том, что я её поддержал и сказал, что незачем строить полицейское государство и такие законы приведут как к отсутствию оппозиции, так и диктатуре, а ещё к рекету кооперативов. Мисик прав и скоро каждый госорган новой власти будет заниматься ОРД и третировать граждан! Разрешили Минфину Пенсионному фонду, бюджет карательных органов увеличили на 30-40% а образование и здравоохранение обрезали. Вот такую демократию строит новая власть с избирательным правосудием, те то, что мы видим по телевизору избирательные шоу аресты", - сказал он. Напомним, ранее министр юстиции Украины Павел Петренко заверил, что в проекте бюджета, представленном Кабмином, не было пунктов об отсрочке декларирования всех активов в электронном виде. По словам министра, правительство как можно скорее подаст в парламент поправки в Закон о бюджете, которые отменят этот пункт. Кроме того, Кабмин потребует расследования инцидента. Также, по словам председателя Верховной Рады Владимира Гройсмана, в парламенте уже зарегистрировали законопроект об отмене скандальной поправки. Корреспондент ТСН Ольга Васильевская

## Приложение 21.

URL: <http://carnegie.ru/commentary/2016/02/17/ru-62788/iu3n>

<http://carnegie.ru/2016/02/02/ru-62637/itfo>

<http://carnegie.ru/commentary/2016/01/19/ru-62494/isur>

### Как нефтяная отрасль России реагирует на дешевую нефть

Отбор проб на Ново-Пурпейском месторождении ОАО "Роснефть-Пурнефтегаз". Фото: Сергей Бобылев/ТАСС

---

Нынешний небольшой рост добычи нефти в России уже через год должен смениться падением, которое из-за нехватки средств на разведку и разработку новых месторождений может в перспективе сократить объемы добычи почти вдвое

Если посмотреть на статистику добычи и экспорта российской нефти в минувшем году, то на первый взгляд беспокоиться нечего. Низкие цены, казалось бы, не произвели заметного эффекта на главную отрасль национальной экономики. Отечественные нефтяники увеличили производство на полтора процента, а экспорт сырой нефти и нефтепродуктов вырос аж на 26%. На отдачу отрасли не повлияли ни низкие цены, ни санкции, ограничившие доступ к передовым технологиям освоения трудноизвлекаемых запасов и к долгосрочному кредитованию.

Между тем низкие цены, с которыми столкнулись не только в России, но и во всех странах – экспортёрах нефти, останутся с нами надолго, если только какой-нибудь безумец или авантюрист не ударит ракетами по промыслам и танкерным путям в Персидском заливе, откуда на рынок поступает треть всей нефти. Навес предложения над спросом оценивается сейчас примерно в 2,5 млн баррелей в сутки и уходить никуда не собирается. Все добывающие государства полны решимости отстоять, а по возможности и расширить свои рыночные ниши в условиях жесткой конкуренции и даже демпинга, а потребители демонстрируют экономический спад разной степени.

Выход Ирана на рынок из-под санкций только усугубляет конъюнктуру, не благоприятствующую экспортёрам. Его дополнительные полмиллиона баррелей в сутки увеличивают дисбаланс спроса и предложения, а заявленная готовность поставлять в Европу со скидками новый сорт нефти, аналогичный российскому Urals, ничего хорошего для наших нефтяников не сулит.

Конкуренция идет за объемы, а не за максимальную прибыль по цене, и ситуация эта грозит затянуться. Победит в этой войне тот, у кого, во-первых, ниже себестоимость добычи и доставки нефти на рынок, а во-вторых, имеется запас прочности в виде накопленных в период высоких цен финансовых резервов.

У Саудовской Аравии, главного игрока и законодателя мод в некогда могущественном картеле ОПЕК, потенциал выживания выше, чем у России. Аккумулированных средств Москве хватит на год, от силы на два; Эр-Рияду –

лет на пять, а с учетом многочисленных «исламских фондов» под контролем членов королевской семьи – лет на семь.

С себестоимостью добычи в Саудовской Аравии тоже все в порядке. Чиновники королевства не без основания утверждают, что могут отгружать нефть в танкеры и по цене \$10 за баррель. В России тоже слышатся декларации о себестоимости добычи у «Роснефти» \$2,80, хотя московских чиновников, как всегда, подводит беспристрастная арифметика, нечувствительная к соображениям политического характера. Очковтирательство работает на публику и впечатляет легковерных начальников, но не влияет на цифры прибылей и убытков.

Сколько же сегодня стоит добыть и продать баррель нефти в России? А это как считать и что понимать под себестоимостью.

Посмотрим на отчетность крупнейшей компании в отрасли – принадлежащей государству на 62% «Роснефти». Согласно международным стандартам финансовой отчетности, операционные издержки на добычу барреля нефти составляют \$9,6; транспортные расходы добавляют \$4,9; административные расходы – еще плюс \$1; амортизация (то есть фактически компенсация капитальных вложений) – \$4,4. В итоге до начисления налогов роснефтеvский баррель обходится без малого в \$20, а налог на добычу полезных ископаемых и вывозная таможенная пошлина при цене нефти \$29 за баррель сорта Brent равны \$12. Таким образом, себестоимость барреля выходит не ниже \$32 плюс некоторая норма прибыли, без которой работать на коммерческой основе нет смысла.

По другим стандартам отчетности компания по непонятной причине показывает операционные издержки всего \$3 за баррель, что явно относится не к среднему показателю «Роснефти», а, например, к данным по одному из самых эффективных в этом смысле проектов – Ванкорскому. На других промыслах расходы на извлечение нефти намного выше. Но даже по этим нереалистичным «стандартам» отчетности стоимость добычи до налогообложения чуть меньше \$14, а после уплаты налогов – \$26 за баррель.

При этом надо учитывать, что российская экспортная смесь Urals торгуется с дисконтом к Brent, то есть при цене Brent \$29 она продается примерно по \$26–27 за баррель. О какой прибыли может идти речь?

За счет чего же российские компании нарастили в прошлом году добычу и экспорт? На самом деле о приросте отрапортовали немногие (и не самые крупные) компании. Это «Башнефть» с «Татнефтью», которые производят в основном тяжелые сорта нефти с высоким содержанием серы, но продают ее как Urals, поскольку их дешевое сырье смешивается в трубопроводах с легкими сортами. Увеличили добычу операторы проектов, работающих по соглашениям о разделе продукции, и пара-тройка малых и средних операторов.

Что касается первой тройки компаний: «Роснефти», «Лукойла» и «Сургутнефтегаза», то они добычу как раз снизили на 0,7 –1%. Особого внимания заслуживает то, что главный нефтеносный регион России – Ханты-Мансийский автономный округ – показал спад добычи на 2,8%.

Чем же торгуют российские экспортеры, если цены уже опустились ниже их показателей себестоимости? И надолго ли хватит продаваемых на новых условиях запасов?

По информации с мест, компании-операторы не снижают темпов бурения, однако работать они предпочитают сейчас на действующих промыслах, не вводя в эксплуатацию новые залежи и тем более не затевая разработки трудноизвлекаемых, а следовательно дорогостоящих, запасов. Усиленно и не всегда рационально эксплуатируются давно введенные в строй промыслы, что повлечет за собой быстрое истощение месторождений.

Новые проекты, где срок окупаемости наступит не ранее 10–15 лет с начала инвестиций, практически не двигаются с места. Господствующий принцип – быстро взять по максимуму все, что можно, с тех залежей, которые еще способны давать нефть без особых дополнительных затрат, и наплевать на будущее, тем более что период низких мировых цен, судя по всему, наступил на долгие годы.

Опустошение старых запасов в недрах и отказ от разведки и разработки новых месторождений – бомба замедленного действия. Рост добычи российской нефти в этих условиях носит временный характер. Начало спада можно ожидать с конца этого года – начала следующего, и спад этот будет стремительным. Не исключено, что предупреждение нефтяников о том, что к 2035 году добыча в стране может сократиться с прошлогодних 534 млн тонн до 297 млн тонн, окажется не просто попыткой выбить новые налоговые льготы, а реалистичным прогнозом.

Но самую большую тревогу вызывает не перспектива потери Россией ее роли на мировом нефтяном рынке, а явная неготовность руководства страны к структурным реформам экономики в интересах ее диверсификации.

Приложение 22.

URL: <http://tsn.ua/spravka/20160508/1427705045.html#ixzz48gnwdgUH>

## **Всемирный день Красного Креста и Красного Полумесяца**

Ежегодно 8 мая отмечается Всемирный день Красного Креста и Красного Полумесяца (World Red Cross and Red Crescent Day). В этот день родился основатель Международного Комитета Красного Креста (МККК), швейцарский гуманист, общественный деятель, лауреат первой Нобелевской премии мира Анри Дюнан (Henri Dunant, 1828-1910).

В 1859 году он организовал оказание помощи раненым в битве при Сольферино во время австро-итало-французской войны, одного из самых кровопролитных сражений XIX века. Шестнадцать тысяч участников пали на поле битвы, 40 тысяч получили ранения. Дюнан стал свидетелем этой бойни, потрясшей его до глубины души. Более всего его поразило, что никто не оказывал помощь раненым, молящим о сострадании, о глотке воды. Дюнан обратился к жителям близлежащих селений с призывом помочь несчастным, не считаясь с тем, какой они национальности, в какой армии воевали, на каком языке говорят. Призыв "Все люди — братья" был услышан.

Свои впечатления об увиденных последствиях сражения Дюнан изложил в книге "Воспоминания о битве при Сольферино", экземпляры которой он разослал руководителям европейских государств, политическим деятелям, военачальникам, своим друзьям. Успех оказался мгновенным и превзошел все ожидания. Автор выступал за создание в европейских странах действующих на добровольных началах обществ по оказанию помощи раненым, за необходимость принять международное соглашение, которое гарантировало бы этим добровольцам признание и уважение.

В феврале 1863 года из пяти активистов — жителей Женевы (Швейцария), среди которых был и Анри Дюнан, была сформирована специальная комиссия, позже переименованная в Международный комитет помощи раненым (впоследствии преобразованный в Международный Комитет Красного Креста, МККК). В октябре 1863 года в Женеве состоялась Международная конференция, на которой представители 14 стран и четырех благотворительных организаций поддержали идею Анри Дюнана — создать в каждой стране добровольные комитеты для оказания помощи раненым. При поддержке и по инициативе правительства Швейцарии в Женеве в 1864 году состоялась Дипломатическая конференция, на которой представители 16 государств

приняли первую Женевскую конвенцию, положившую начало современному международному гуманитарному праву.

Этот [договор](#) обязывал армии обеспечить заботу о раненых солдатах, вне зависимости от того, к какой стороне они принадлежали, и ввести единую эмблему медицинской службы.

В качестве [эмблемы](#) — единого отличительного знака, который бы означал правовую защиту медицинских служб вооруженных сил, добровольцев, оказывающих помощь раненым, и жертв вооруженных конфликтов — был принят красный крест на белом фоне (обратное расположение цветов швейцарского флага).

Во время русско-турецкой войны 1876-1878 годов Османская империя заявила о своем намерении использовать в качестве защитной эмблемы красный полумесяц вместо красного креста, сообщив при этом, что будет уважать красный крест, используемый неприятелем. Персия также решила отказаться от красного креста и избрала для себя эмблему красного льва и солнца. Эти новые эмблемы были признаны на дипломатической конференции, проходившей в 1929 году. В 1980 году Исламская Республика Иран (бывшая Персия) приняла решение отказаться от эмблемы красного льва и солнца и использовать вместо нее эмблему красного полумесяца.

[В 2005 году](#) Международное движение Красного Креста и Красного Полумесяца приняло дополнительную эмблему — Красный Кристалл, дающую возможность для стран, не желающих принимать эмблему красного креста или эмблему красного полумесяца, присоединиться к движению и стать его полноправными членами. Процесс ее создания для использования правительствами и Международным движением Красного Креста и Красного Полумесяца был завершен в 2007 году.

Первоначально [роль МККК](#) заключалась в координации гуманитарной деятельности. Однако постепенно организация стала все больше заниматься оперативной работой на местах. Это было связано с возникновением очевидной необходимости в нейтральной посреднической деятельности между воюющими сторонами. Наряду с этим, были созданы национальные общества (первое из них появилось в германском государстве Бюртемберг в ноябре 1863 года), а также принята Женевская конвенция, регламентирующая ведение военных действий на море.

В 1919 году была основана Лига обществ Красного Креста (с 1991 года — Международная федерация обществ Красного Креста и Красного Полумесяца), чтобы бороться с угрозой эпидемий в послевоенной Европе.

В 1929 году МККК убедил правительства принять новую Женевскую конвенцию для предоставления более эффективной защиты военнопленным. Во время Второй мировой войны МККК значительно расширил свою деятельность в связи с тем, что организация старалась предоставить защиту и помочь всем жертвам, вне зависимости от их принадлежности к той или иной стороне. С 1945 года МККК продолжил призывать правительства укреплять международное гуманитарное право и обеспечивать его соблюдение.

В 1949 году, по инициативе МККК, государства дали свое согласие на пересмотр трех существовавших на тот момент Женевских конвенций (касавшихся оказания помощи раненым и больным на поле боя, жертвам боевых действий на море и военнопленным), а также принятие четвертой Женевской конвенции — о защите гражданского населения, оказавшегося во власти неприятельской стороны. Конвенции регламентируют мандат МККК в ситуациях вооруженного конфликта.

Современный Международный Комитет Красного Креста является беспристрастной, нейтральной и независимой организацией, чьи цели и задачи носят исключительно гуманитарный характер и заключаются в том, чтобы защищать жизнь и достоинство людей, пострадавших от вооруженных конфликтов и других ситуаций насилия, и предоставлять им помощь.

Пропагандируя и укрепляя гуманитарное право и универсальные принципы гуманности, МККК прилагает все усилия к тому, чтобы предотвратить страдания людей.

Штаб-квартира [МККК](#) находится в Женеве (Швейцария). Сейчас МККК насчитывает примерно 14 тысяч сотрудников и работает более чем в 80 странах мира.

Финансируется он, в основном, за счет добровольных пожертвований правительств и национальных обществ Красного Креста и Красного Полумесяца.

В России общество Красного Креста было [создано в мае 1867 года](#) под названием "Общество о попечении раненых и больных воинов", в 1879 году переименовано в Российское общество Красного Креста (РОКК). В 1923 году был создан Союз обществ Красного Креста и Красного Полумесяца СССР (СОКК и КП СССР, Советский Красный Крест), объединивший общества Красного Креста России, Украины, Белоруссии, Армении, Грузии и Красного Полумесяца Азербайджана. В 1992 году СОКК и КП СССР был ликвидирован, а его правопреемником стал Российский Красный Крест.

Международный Комитет Красного Креста, Международная Федерация обществ Красного Креста и Красного Полумесяца и 190 национальных обществ вместе [составляют](#) Международное движение Красного Креста и Красного Полумесяца, которое осуществляет свою деятельность практически во всех странах мира и насчитывает 80 миллионов сотрудников и добровольцев (волонтеров).

В основе работы всех организаций движения лежат [семь основополагающих принципов](#): гуманность, беспристрастность, нейтральность, независимость, добровольность, единство и универсальность. Они были провозглашены на XX Международной конференции Красного Креста в Вене в 1965 году.

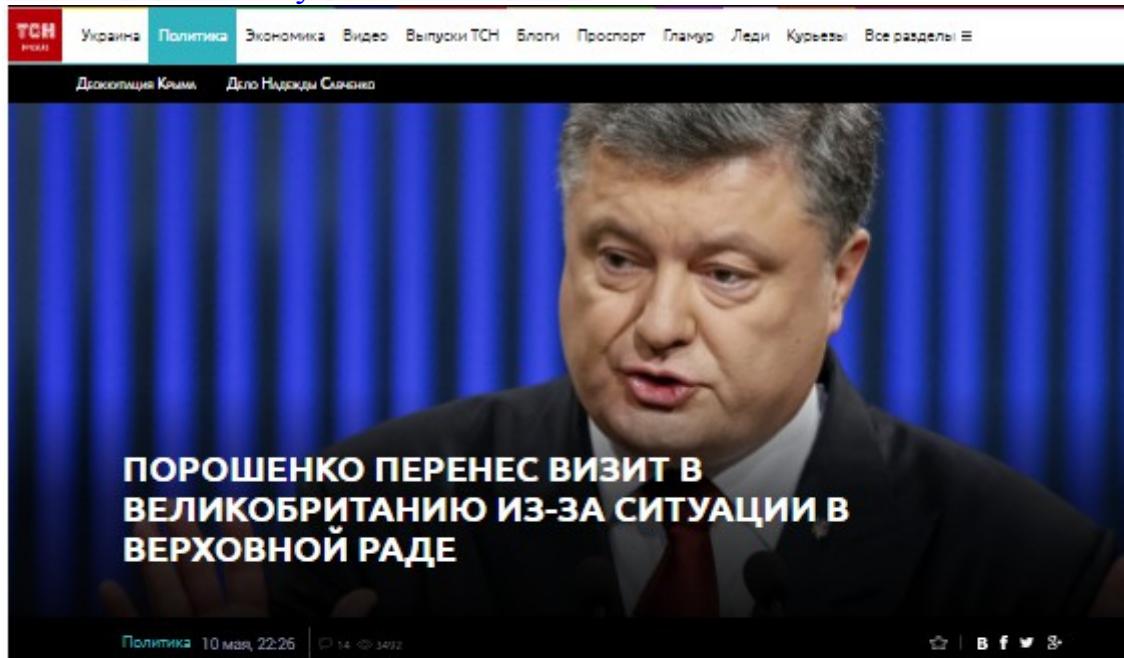
Для привлечения внимания общественности к положению мирных жителей, пострадавших в результате природных катастроф, вооруженных конфликтов и других ситуаций насилия, для обобщения многочисленных проблем, которые стоят перед участниками Международного движения Красного Креста и Красного Полумесяца, и для подтверждения их приверженности намерению и впредь вместе работать во имя гуманности ежегодно с 1948 года [отмечается Всемирный день Красного Креста и Красного Полумесяца](#).

Каждый год он посвящается одному из основных направлений деятельности движения.

[В 2016 году](#) Всемирный день Красного Креста и Красного Полумесяца будет проходить под девизом "Красный Крест везде и для всех".

Приложение 23.

URL: <http://ru.tsn.ua/politika/poroshenko-perenes-vizit-v-velikobritaniyu-iz-za-situacii-v-verhovnoy-rade-628780.html>



*Депутаты не могут назначить генпрокурора и принять необходимые законы.*

Президент Украины Петр Порошенко перенес рабочий визит в Великобританию, который анонсировался на 11-12 мая.

Об этом сообщается на сайте президента.

Причиной такого решения указывается ситуация, которая сложилась вокруг избрания нового генпрокурора и неодобрения парламентом законов, необходимых для продолжения сотрудничества с Международным Валютным Фондом.

Читайте также: [Парламент провалил законопроект о доступе к публичной информации](#)

"Сейчас это те реформы, которые нужны стране. Это тот случай, когда внутренняя политика вносит корректировки в международную деятельность. Я продолжу консультации с депутатами", - прокомментировал Порошенко свое решение.

Напомним, [Верховная Рада Украины провалила голосование](#) за законопроект о Генпрокуратуре и Госбюро расследований № 4496, в котором говорилось о генпрокуроре без юробразования. За законопроект проголосовали 224 депутата из необходимых 226.

Приложение 24.

URL: <http://tsn.ua/world/20151016/130301558.html>

**Турция сообщила о сбитом на границе с Сирией неопознанном самолете ВВС Турции открыли огонь по самолету неизвестной государственной принадлежности после трехкратного предупреждения, сообщили в генштабе страны. При этом СМИ сообщают, что был сбит не самолет, а беспилотник.**

**Эрдоган: нападение на Турцию будет расцениваться как нападение на НАТО**

Самолеты ВВС Турции атаковали и сбили неопознанный самолет, нарушивший воздушное пространство страны со стороны Сирии, говорится в распространенном в пятницу сообщении генштаба ВС Турции.

"Сегодня в воздушном пространстве Турции на турецко-сирийской границе был обнаружен самолет неизвестной государственной принадлежности. После трехкратного предупреждения он продолжал полет в воздушном пространстве Турции. После этого наши самолеты, которые осуществляли патрулирование границы, в рамках правил реагирования на угрозы открыли огонь и сбили этот самолет", — говорится в документе.

Генштаб подчеркивает, что нарушения воздушного пространства страны и впредь будут решительно пресекаться

Позднее турецкий телеканал NTV сообщил со ссылкой на военный источник, что был сбит беспилотник. Агентства Блумберг и Рейтерс также подтверждают версию с беспилотником.

## Приложение 25.

У Р Л : <https://meduza.io/news/2016/05/10/veduschim-vuzam-razreshat-prisuzhdат-ученые-степени-в-обход- Bak>

# МГУ и СПбГУ разрешили присуждать ученые степени в обход ВАК

□ www.intefax.ru ◎ 22:50, 10 мая 2016 ✓ Надежный источник

Госдума приняла в третьем чтении законопроект, дающий МГУ и СПбГУ право присуждения, лишения и восстановления ученых степеней без участия Высшей аттестационной комиссии (ВАК). Об этом сообщает «Интерфакс»

Нововведение вступит в силу с 1 сентября 2016 года. К 1 сентября 2017 года планируется подготовить список других научных и образовательных организаций, которые получат право самостоятельного присуждения степеней.

По словам главы думского комитета по науке Валерия Черешнева, действующая система, по которой присуждение ученых степеней утверждает ВАК, идет вразрез с международной практикой. «Российские вузы участвуют во многих международных рейтингах, поднимался вопрос о том, как проводится аттестация научных кадров. «Почему, спрашивали, сами не проводят (аттестацию), не доверяют? А у нас система такая», — цитирует его ТАСС.

Ранее первый заместитель министра образования и науки Наталья Третьяк пояснила, что роль ВАКа продолжает сохраняться в отношении всех иных диссертационных советов, которых насчитывается 1896. Предполагается, что в рамках нового законодательства правом на самостоятельное утверждение степеней будет дано двум ведущим классическим университетам и на втором этапе порядка 30-40 ведущим научным и образовательным организациям, пояснила она.

→ [WWW.INTEFAX.RU](http://WWW.INTEFAX.RU)

- По действующим правилам, решение диссертационного совета о присуждении степени кандидата и доктора наук после защиты утверждается экспертным советом Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Минобрнауки. ВАК также обладает правом лишения степеней.
- В ноябре 2015 года участники проекта «Диссернет», посвященного поиску некорректных заимствований в диссертациях, впервые добились лишения степени депутата Госдумы — ВАК лишил степени доктора экономических наук члена фракции «Единой России» Ришата Абубакирова. «Диссернет» нашел некорректные заимствования в диссертациях 49 депутатов Госдумы.

Приложение 26.

URL: <http://tsn.ua/politika/rada-mozhet-otmenit-gosregistraciyu-inostrannyh-investiciy-628777.html>

## РАДА МОЖЕТ ОТМЕНИТЬ ГОСРЕГИСТРАЦИЮ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ Политика 10 мая, 22:26 127

Верховная Рада в первом чтении поддержала отмену госрегистрации иностранных инвестиций.

За законопроект №2763 в первом чтении проголосовал 261 депутат. Об этом пишет "Украинская правда". Согласно пояснительной записке, целью принятия является создание современных условий для привлечения инвестиций путем максимального упрощения порядка привлечения инвестиций через введение заявничьего принципа их государственного учета, невозможность проявление признаков коррупции при их государственной регистрации и ввода отдельных кодификационных изменений в действующее законодательство. Как отмечается, положения об обязательной госрегистрации иностранных инвестиций предлагается исключить из Хозяйственного кодекса и закона о режиме иностранного инвестирования. Предусмотрено введение заявительного принципа государственного учета иностранных инвестиций. Депутаты также поддержали предложение подготовить законопроект ко второму чтению по сокращенной процедуре.

/пер. автора/

## Приложение 27.

U R L : <https://meduza.io/news/2016/05/10/senator-potreboval-ot-facebook-raz-yasneniy-iz-za-tsenzury-populyarnyh-novostey>

[НОВОСТИ](#)   [ИСТОРИИ](#)   [РАЗБОР](#)   [ИГРЫ](#)   [ШАПИТО](#)

# Сенатор потребовал от Facebook разъяснений из-за цензуры «популярных новостей»

[www.commerce.senate.gov](#)
 23:56, 10 мая 2016
 Надежный источник

Американский сенатор-республиканец Джон Тьюн направил главе Facebook Марку Цукербергу официальное письмо по поводу предполагаемой цензуры в разделе фейсбука Trending Topics, куда попадают наиболее популярные среди пользователей материалы. О том, что редакторы Facebook скрывали из раздела статьи о республиканцах, 9 мая сообщило издание Gizmodo.

В письме спрашивается, удаляли ли редакторы из Trending Topics материалы про республиканцев и добавляли ли в рейтинг статьи, не набравшие популярности среди пользователей. Сенатор попросил раскрыть информацию о таких решениях, если они были приняты и если соответствующие данные хранятся компанией.

Тьюн также попросил Цукерберга раскрыть структуру отдела, который занимается Trending News, и назвать ответственного за принятие решений. Кроме того, сенатор потребовал предоставить перечень «строгих правил» по сохранению нейтралитета, о которых было сказано в ответе Facebook на публикацию Gizmodo, и спросил, когда эти правила были введены.

В письме отмечается, что если информация о цензуре соответствует действительности, то заявления Facebook о политической беспристрастности вводят общественность в заблуждение.

Марк Цукерберг должен предоставить Тьюну ответы до 24 мая. Также сенатор попросил предпринимателя обеспечить сотрудничество своих подчиненных с сотрудниками комитета Сената по коммерции, в ведении которого находятся вопросы коммуникации.

- 9 мая издание Gizmodo со ссылкой на двух бывших редакторов Trending News сообщило, что сотрудники Facebook влияют на наполнение раздела, который, как считается, формируется автоматически. В частности, редакторы раздела якобы убирали из рейтинга новости о республиканских политиках. В Facebook эти заявления опровергли.

**Готово!** [Отмена](#)

Почему вам не понравилось?

Появляется спам.

Мне это неинтересно.

Неприемлемое содержание.

ЧИТАЙТЕ ТАКЖЕ

## Приложение 28.

URL: <https://meduza.io/feature/2016/05/10/chtoby-eti-detи-vyzhili>

Чтобы эти дети выжили В Татарстане прошел молодежный патриотический слет, «угрожающий НАТО». Репортаж «Медузы»

Meduza

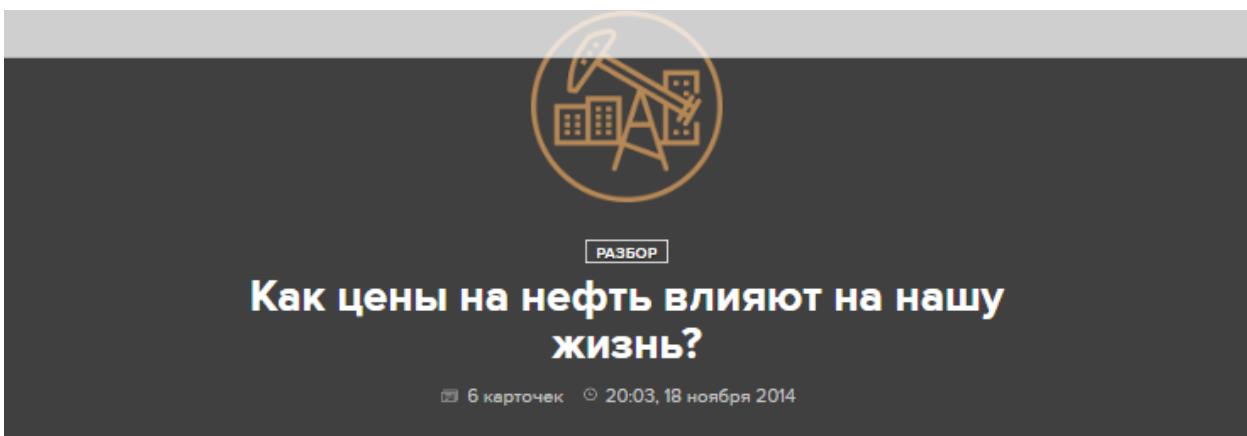
19:04, 10 мая 2016

Во вторник, 10 мая, в Татарстане завершился съезд молодежных военно-спортивных организаций и кадетских корпусов «Союз-2016 — наследники Победы». 400 подростков из разных регионов России полторы недели учились метать ножи, проходить полосу препятствий, слушали лекции об «информационной войне, развязанной против России» и участвовали в патриотической концертной программе. Всероссийский «Союз» — отборочный этап перед международным сбором, на который ежегодно приезжают дети из стран бывшего СССР (проводится с 2007 года). В 2016-м на нем не будет команд из Латвии и Литвы; организаторы «Союза» утверждают, что на Западе детский лагерь считают угрозой Евросоюзу и НАТО. По просьбе «Медузы» в Татарстане на съезде военно-спортивных организаций побывала журналистка казанского издания «Инде» Елена Чеснокова.

**Елена Чеснокова Казань**

Приложение 29.

URL: <https://meduza.io/cards/kak-tseny-na-neft-vliyayut-na-nashu-zhizn>



**Как цены на нефть влияют на нашу жизнь?**

6 карточек ◉ 20:03, 18 ноября 2014

1. Что сейчас происходит с ценой на нефть?
2. Почему Россия так зависит от цены на нефть?
3. Хватит ли денег в бюджете при низких ценах на нефть?
4. Как связана стоимость нефти и цена на бензин?
5. Как стоимость нефти влияет на цены в магазинах?
6. Вырастет ли цена на нефть?

**01**

### Что сейчас происходит с ценой на нефть?

Цена падает. За последние несколько месяцев цена на нефть российской марки Urals рухнула с 95 \$ до 72 \$ за баррель. Одна из основных причин — резкий рост предложения, вызванный, в частности, увеличением объемов добычи в США и Ливии. За несколько месяцев добыча в Ливии увеличилась с 23 000 баррелей в день в мае 2014 года до 840 000 в октябре.

**02**

### Почему Россия так зависит от цены на нефть?

Потому что большие половины бюджета страны (52% в 2014 году) составляют доходы от нефтегазового сектора. Основная часть этих доходов (около 90%) — налоги и пошлины с нефтяных компаний. Рассчитывая бюджет на 2015 год, власти исходили из прогноза, что цена не опустится ниже 96 \$ за баррель. Всякий раз, когда средняя годовая цена падает на 1 доллар, бюджет теряет 2 миллиарда долларов, около половины процента. Кроме того, от нефтяных котировок зависит курс рубля. Центробанк назвал снижение цен на сырье одной из главных причин ослабления национальной валюты.

## Приложение 30.

URL: <https://meduza.io/feature/2016/04/04/sekrety-panamskogo-arhiva-glavnoe>

Секреты «панамского архива». Главное О чем говорится в крупнейшем сливе документов в истории

Meduza

02:12, 4 апреля 2016

3 апреля 2016 года десятки СМИ по всему миру начали публикацию материалов на основе «Панамского архива» — подборки документов об офшорных схемах малоизвестной фирмы из Панамы Mossack Fonseca. Это беспрецедентная утечка данных об офшорах: в связях с Mossack Fonseca замечены более 100 политиков и известных людей — от украинского лидера Петра Порошенко и друзей президента России Владимира Путина до футболиста Лионеля Месси и сына бывшего генсека ООН Кофи Аннана. «Медуза» рассказывает, о чем говорится в «Панамском архиве» и откуда он взялся.

### Что такое Панамский архив?

Оказавшийся в распоряжении журналистов архив документов панамской юридической фирмы Mossack Fonseca насчитывает более 11 миллионов материалов и 2,6 терабайта данных. Документы рассказывают о работе компании с 1977 года до декабря 2015-го, в них говорится об офшорных схемах сокрытия миллиардов долларов, к которым могут быть причастны бывшие и действующие главы государств и более ста политиков и знаменитостей.

Документы оказались в распоряжении немецкой газеты *Süddeutsche Zeitung*, которая передала их Международному консорциуму журналистов-расследователей (ICIJ). Источник, сливший огромный архив, не называется. К исследованию архива ICIJ привлекла 107 средств массовой информации по всему миру, включая «Би-би-си», «Новую газету» и *The Guardian*, а также Центр по изучению коррупции и организованной преступности (OCCRP) и многих других. В общей сложности с документами работали около 400 журналистов. Нет сомнений, что это именно тот «информационныйброс», о котором недавно предупреждал пресс-секретарь президента России Владимира Путина Дмитрий Песков.

### Кто в нем упомянут?

Полный список офшорных компаний из «Панамского архива» и лиц, имеющих к ним отношение, журналисты обещают опубликовать в начале мая 2016 года. В ICIJ утверждают, что среди них — 12 бывших и действующих глав государств, а также 128 политиков и известных персон, включая футболиста

Лионеля Месси. Наиболее важные из них, по [данным](#) партнера ICIJ, американского издания Fusion, это близкие к президенту России Владимиру Путину предприниматели Аркадий и Борис Ротенберги и виолончелист Сергей Родугин, президент Украины Петр Порошенко, сын бывшего генсека ООН Кофи Аннана Кохо, король Саудовской Аравии Салман, премьер-министр Исландии Сигмундюр Давид Гюннлейгссон, отец премьер-министра Великобритании Дэвида Кэмерона Йен (уже умерший), президент Аргентины Маурисио Макри, семья президента Азербайджана Ильхама Алиева, родственники президента Китая Си Цзинпинга и многие другие.

Среди клиентов Mossack Fonseca есть лица, связанные с мексиканскими наркобаронами, семьей Muammar Каддафи и Башара Асада, а также человек, имевший отношение к уотергейтскому скандалу.

### Что из документов следует?

В каждом случае — своя отдельная история. К примеру, из документов с упоминанием Петра Порошенко следует, как [пишет](#) «Громадське», что украинский лидер в 2014 году основал с помощью юристов Mossack Fonseca офшор Prime Asset Partners. Этот офшор, предположительно, должен был использоваться для ухода от украинских налогов при продаже «Рошена» — компании, принадлежащей Порошенко. Издание также отмечает, что Порошенко, обещавший продать свой бизнес после избрания президентом, не указал офшор в своей декларации, хотя обязан был это сделать.

О том, как с Mossack Fonseca связано окружение Владимира Путина, [подробно](#) рассказывает российский партнер расследования «Новая газета» (главное — в [пересказе «Медузы»](#)); расследование «Новой» в основном касается друга Путина, виолончелиста Сергея Родугина.

Лионель Месси, как следует из документов Mossack Fonseca, вместе со своим отцом владеет панамской фирмой — очередной в списке его офшоров: в отношении Месси давно заведено дело об уклонении от уплаты налогов в Испании.

Далеко не все упомянутые в «Панамском архиве» лица могут быть заподозрены в каких-либо правонарушениях. К примеру, Mossack Fonseca управляла шестью компаниями кинозвезды Джеки Чана, однако нет никаких признаков, что он использовал их для незаконных действий. Опубликованные материалы могут стать поводом для уголовных дел в отношении чиновников и бизнесменов по всему миру, но факт нарушения закона еще предстоит доказать в следственном и судебном порядке.

### Приложение 31.

URL: <https://meduza.io/live/2016/04/04/panamskiy-arhiv-reaktsii>

«Панамский архив». Реакции Как мир комментировал слитые документы в первый день после их публикации. Хроника  
Meduza

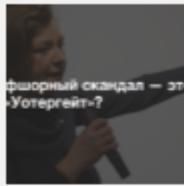
13:05, 4 апреля 2016

Международный консорциум журналистов-расследователей вечером 3 апреля опубликовал **материалы**, свидетельствующие о том, что многие мировые лидеры и просто известные люди держали деньги в панамских офшорах. Это крупнейшая утечка документов в истории. Часть расследования **посвящена** и российским чиновникам и бизнесменам, в том числе близким к Владимиру Путину. 4 апреля мир реагирует на «слив», «Медуза» следит за этими реакциями в онлайн-режиме.

20:19, 4 апреля



Еще одна публикация. Объясняем, почему слил — это «Уотергейт» во всемирном масштабе



**Почему офшорный скандал - это мировой  
"Уотергейт"? Объясняет вице-президент Transparency**

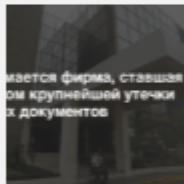
3 апреля десятки мировых СМИ начали публиковать материалы, основанные на "Панамском архиве" - самой

MEDUZA.IO

19:58, 4 апреля



Подробности про фирму Mossack Fonseca, которая оказалась в центре скандала (именно ее материалы и оказались слиты журналистам)



**Mossack Fonseca: терабайты тайн: Чем занимается  
фирма, ставшая источником крупнейшей утечки**

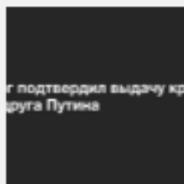
Вечером 3 апреля десятки изданий по всему миру начали публикацию материалов на основе "Панамского архива" -

MEDUZA.IO

19:35, 4 апреля



Аркадий Ротенберг подтвердил, что его фирмы выдавали кредиты офшору, связанному с Сергеем Родугиным, но на коммерческих условиях, а не на тех, о которых писала «Новая газета».



**Ротенберг подтвердил выдачу кредита другу Путина -  
Meduza**

Компании Аркадия Ротенberга выдавали кредиты офшору, связанному с Сергеем Родугиным, на коммерческих

MEDUZA.IO

## Приложение 32.

URL: <https://meduza.io/cards/ofshory-eto-voobsche-zakonno>



**РАЗБОР**

## Офшоры — это вообще законно?

8 карточек · 18:53, 4 апреля 2016

1. Что случилось?
2. Что такое «оффшоры»?
3. Можете объяснить на примере?
4. Значит, оффшоры нужны для ухода от налогов?
5. А зачем это Виргинским островам, Панаме и другим оффшорам?
6. В мире популярны оффшоры?
7. Держать компанию в оффшоре — преступление?
8. Государства борются с оффшорами?

**01**

### Что случилось?

В мире разгорается самый крупный в истории скандал, связанный с оффшорами. СМИ получили доступ к огромному архиву панамской юридической фирмы Mossack Fonseca, которая десятки лет занималась регистрацией оффшорных компаний. В документах говорится о компаниях, связанных с мировыми лидерами, бизнесменами и знаменитостями, которые регистрировались в Панаме, на Британских Виргинских островах и в других оффшорных зонах.

**02**

### Что такое «оффшоры»?

Оффшор — это страна или территория, предоставляющая иностранным компаниям особые условия для ведения бизнеса. Очень низкие или даже нулевые налоги, простые правила отчетности и управления компаний, возможность скрыть настоящих владельцев бизнеса. Оффшорных зон в мире насчитывается около полусятни. Простыми словами: оффшор для бизнеса и состоятельных людей — это рай. Владельцы компаний и просто богатые люди тратят меньше денег на налоги или не тратят вовсе и имеют возможность скрыть свою деятельность от государственных органов.

### Приложение 33.

URL: <https://meduza.io/feature/2016/04/04/mne-kazhetsya-my-horoshо-porabotali>  
 «Мне кажется, мы хорошо поработали» Российские журналисты — о том, как они изучали «Панамский архив»  
 Meduza  
 22:59, 4 апреля 2016

Над проектом «Панамский архив» больше года работали 380 журналистов-расследователей из 70 стран мира. Они представляли свои СМИ, а также Международный консорциум журналистов-расследователей (ICIJ) и Центр по изучению коррупции и организованной преступности (OCCRP). Совместная журналистская работа такого масштаба проделана впервые в истории. Спецкор «Медузы» Катерина Гордеева записала монологи четырех журналистов из России, участвовавших в этом проекте.

\*\*\*

### Роман Анин

«Новая газета»



Фото: «Новая Газета»

Международный консорциум журналистов-расследователей (ICIJ) — глобальная организация, куда входят лучшие представители профессии со всего мира. Не то чтобы я считал себя самым лучшим, но в консорциум вхожу. И этим очень горжусь.

Нынешнее расследование — не первое, в котором я участвовал. Но все, что я участвовал до сих пор, в десятки раз меньше нынешней истории.

### Приложение 34.

URL: <https://meduza.io/feature/2016/04/04/rossiyane-v-panamskom-arhive>

Россияне в «Панамском архиве» Губернаторы, депутаты Госдумы, жены чиновников: гид по офшорам

Meduza

16:23, 4 апреля 2016

Группа журналистов со всего мира, расследующих «[Панамский архив](#)», выяснила, что 12 мировых лидеров, [близкий друг Владимира Путина](#), футболист Лионель Месси и другие заметные люди владеют офшорами в Панаме, Британских Виргинских островах и других юрисдикциях. В результате расследования офшоры были также обнаружены у многих российских чиновников и их родственников, в том числе у жен губернатора Псковской области Андрея Турчака и пресс-секретаря президента РФ Дмитрия Пескова, депутатов Госдумы от «Единой России», губернатора Челябинской области и племянника секретаря Совета безопасности. «Медуза» коротко рассказывает про российские находки журналистов.

«[Панамский архив](#)» — это 2,6 терабайт документов из базы данных панамской компании Mossack Fonseca, которая занимается регистрацией и сопровождением офшоров. Утечки данных такого уровня не случалось никогда. Документы от информатора получила немецкая газета *Süddeutsche Zeitung*, а их обработкой занимались около 400 журналистов из ведущих изданий со всего мира, в том числе британской *The Guardian* и французской *Le Monde*. Куратором расследования выступил Международный консорциум журналистов-расследователей (ICIJ); в эту организацию входят, в том числе, лауреаты Пулитцеровской премии — главной журналистской премии в мире.

В России расследование вели сотрудники Центра по изучению коррупции и организованной преступности (OCCRP) Роман Ачин, Олеся Шмагун и Дмитрий Великовский в [партнерстве с «Новой газетой»](#). Кроме того, в расследовании [участвовала газета «Ведомости»](#).

С 2008-го по 2015-й Кира Турчак [была единственным владельцем компании](#), зарегистрированной на Британских Виргинских островах. Эта фирма никогда не появлялась в декларации Турчака, который работал сначала сенатором, а с 2009 года возглавляет Псковскую область. В 2013-м компанию должны были закрыть по российскому закону, запрещающему чиновникам и их родственникам владеть иностранными активами; однако из документов следует, что произошло это значительно позже. Андрея Турчака уже [обвиняли](#) во владении зарубежными активами — у него нашли незадекларированный дом во Франции.

В 2014 году Татьяна Навка [зарегистрировала](#) на Британских Виргинских островах компанию Carina Global Assets для управления активами на сумму более одного миллиона долларов. В ноябре 2015-го офшор был закрыт. Если Татьяна Навка и Дмитрий Песков зарегистрировали брак в июне того года, как об этом писали СМИ, то был нарушен закон, запрещающий женам госслужащих владеть иностранными активами (компанию следовало закрыть

в трехмесячный срок). Сама Навка заявила журналистам, что ничего не знает об офшорной компании; ей также неизвестно, откуда в документах взялась копия ее паспорта. Дмитрий Песков сказал, что у его супруги никогда не было офшорной компании.

Российский медиаменеджер (умер в Вашингтоне 5 ноября 2015 года **пристранных обстоятельствах**) владел офшором, связанным с Ove Financial Corp — ей в 2012-м перешли активы другого офшора Sandalwood. Эта фирма принадлежала представителю Сергея Ролдугина, близкого друга Владимира Путина. Компания Лесина участвовала в передаче права требования долга размером в 200 миллионов долларов от одной компании Ролдугина к другой — за один доллар. Кроме того, Лесин был главой совета директоров государственной компании «Национальные телекоммуникации», когда она заняла почти четыре миллиарда рублей у бизнесмена Сулаймана Керимова; этот долг пришлось выплачивать «Ростелекому».

У нынешнего руководителя Челябинской области Бориса Дубровского обнаружили офшор, через который он продавал вексели сам себе. У него также был счет в швейцарском банке, от которого Дубровский не отказался даже после избрания на пост губернатора. Любопытно, что офшор управлялся по генеральным доверенностям, выписанным на «Mr. Boris» и «Ms. Natalya». Вероятно, мистер Борис — это сам Дубровский, а мисс Наталья — его давний партнер по бизнесу Наталья Салеева. Дубровский отказался отвечать на вопросы журналистов.

Алексей Патрушев владел долей в офшоре, который — через еще один офшор — контролировал долю в Первом курском ликероводочном заводе. Журналисты отмечают, что в этом нет нарушения закона; другое дело, что дядя предпринимателя, глава Совета безопасности РФ Николай Патрушев многократно обрушился с критикой на «заокеанских партнеров» России.

22-летний Денис Зубов, сын заместителя главы МВД Игоря Зубова, основал компанию на Виргинских островах, которая занималась недвижимостью. Сейчас Денис Зубов контролирует гораздо большие финансовые потоки: ему принадлежит половина нефтетрейдера «Металит» с выручкой почти 20 миллиардов рублей в 2014 году. «Все цветные революции во всех странах начинались под лозунгом борьбы с коррупцией», — говорил в 2015 году Игорь Зубов.

Заместитель министра внутренних дел Александр Махонов во время службы владел половиной офшорной компании, которая учредила проект Nemo TV. Этот сервис интернет-телевидения позволяет смотреть фильмы и сериалы; начальные инвестиции проекта составили 20 миллионов долларов. В документах нет сведений о том, что Махонов отказался от своей доли.

Журналисты нашли офшоры у единоросов Виктора Звагельского, Михаила Слипенчука и Александра Бабакова. Депутатам Госдумы запрещено владеть

иностранными активами, а эти парламентарии либо не избавились от активов в срок, либо не избавились вообще.

В [расследовании](#) OCCRP говорится об Алексее Крапивине, который владеет целой офшорной империей. Крапивин — сын близкого соратника бывшего главы ОАО «Российские железные дороги» Владимира Якунина. Предприниматель участвует в реконструкции БАМа, то есть в одном из самых дорогостоящих проектов РЖД (проект оценен в более чем 500 миллиардов рублей). Схема, с помощью которой Крапивин владеет российскими компаниями, много лет получающими подряды у РЖД, по-настоящему сложная и запутанная.

*Опубликованная информация — малая часть того, что есть в «Панамском архиве». Журналисты обещают представить другие расследования на его основе в ближайшие месяцы.*

### Приложение 35.

URL: <https://meduza.io/feature/2016/04/03/ofshory-druga-putina-glavnoe>

Оффшоры друга Путина. Главное Что нужно знать про расследование о миллиардах Сергея Ролдугина Новая газета

01:29, 4 апреля 2016

Близкий друг президента России Владимира Путина, виолончелист Сергей Ролдугин вплоть до 2015 года владел офшорными компаниями с оборотом в несколько миллиардов долларов. Эти компании совершали странные сделки, позволявшие получать несколько миллионов долларов за день; брали многомиллионные кредиты в зарубежной «дочке» ВТБ безо всякого обеспечения, а также получали деньги от российских предпринимателей под низкие проценты — впрочем, долги все равно прощались. Об этом говорится в публикации «Новой газеты» и OCCRP, сделанной в рамках масштабного расследования Международного консорциума журналистов-расследователей.

Все эти сведения подтверждаются документами панамской компании Mossack Fonseca, которая занимается регистрацией и сопровождением офшоров. Корреспондент The Financial Times Макс Седдон считает, что публикация закрытых документов этой компании — это как одновременная утечка в Сеть альбомов Канье Уэста, Дрейка и Бейонсе.

Документы удалось получить немецкой газете Süddeutsche Zeitung. Та передала более двух терабайт информации Международному консорциуму журналистов-расследователей (ICIJ). За российскую часть расследования отвечали сотрудники Центра по изучению коррупции и организованной преступности (OCCRP) Роман Анин, Олеся Шмагун и Дмитрий Великовский. На русском материал, посвященный Ролдугину, был опубликован в «Новой газете».

Сергей Ролдугин с конца 1970-х дружит с Владимиром Путиным. При этом, в отличие от других бизнесменов, считающихся ближним кругом российского президента, он всегда находился в тени. По большому счету, про него было известно только то, что он крестный дочери Путина Марии и владеет 3% акций банка «Россия» (крупнейший акционер — бизнесмен Юрий Ковальчук).

Согласно расследованию «Новой» и OCCRP, Сергей Ролдугин до недавнего времени владел двумя офшорами напрямую и двумя через представителей. Оборот одной из офшорных компаний составляет около двух миллиардов долларов; остальных — сотни миллионов долларов. Названия для понимания даже не важны; главное — схемы, по которым эти компании получали деньги.

Журналисты приводят три источника денег для этих компаний: подозрительно выгодные сделки с акциями, поступления от российских миллиардеров, займы от кипрского RCB Bank, который контролировался российским ВТБ.

**Пример № 1.** Компания Сергея Ролдугина заключает договор на покупку акций «Роснефти», и тут же соглашение расторгается. За срыв договора фирма получает 750 тысяч долларов. Или офшор покупает акции российской компании за одну цену, а на следующий день продает тому же продавцу значительно дороже. Выгода — 400-500 тысяч долларов. Сделки велись так, будто компания знала, как поведет себя рынок.

**Пример № 2.** Компания друга Путина получает шесть миллионов долларов под 2% годовых, а через пару месяцев долг прощают за один доллар. Фирма, выдавшая заем, как говорится в расследовании, связана с владельцем «Северстали» Алексеем Мордашовым (бизнесмен упоминался в [письме](#) предпринимателя Сергея Колесникова, который в 2010 году рассказал, что российские миллиардеры «жертвуют» деньги друзьям Путина). Похожая ситуация: фирма Ролдугина за один доллар получает право требовать долг в 4 миллиарда рублей, а получает его в итоге с государственного «Ростелекома».

**Пример № 3.** Кипрский RCB Bank открывает компании Ролдугина кредитную линию на 650 миллионов долларов. При этом соглашения составлены так, что даже юристы панамской фирмы Mossack Fonseca (ее документы стали базой для расследования), специализирующиеся на теневых денежных операциях, сомневаются, что деньги когда-либо будут возвращены.

Часть денег компании Ролдугина возвращали в Россию. В 2011 году одна из них выделила кредиты российской фирме «Озон» под 1% годовых. Этой фирме принадлежит участок в Ленинградской области, где расположен горнолыжный курорт «Игора». По [данным](#) Reuters, именно там в 2013 году сыграла свадьбу дочь президента Катерина. «Озон» принадлежит структурам банка «Россия» Юрия Ковалчука.

Как минимум один кипрский офшор Сергея Ролдугина не закрыт до сих пор. Этой компании принадлежит 20% в Vi (до ребрендинга — «Видео Интернешнл»), крупнейшем игроке на российском рынке телерекламы. Кроме того, судя по документам, офшоры Ролдугина управляли большими долями в «КАМАЗе» и «АвтоВАЗе», но есть ли эти активы у него сейчас, неизвестно.

По словам знакомого Сергея Ролдугина, «для решения оперативных, а порой непубличных задач» Владимиру Путину «необходим человек, которому можно доверять без сомнений, чтобы через его „доли“ смотреть за реальным положением дел». «Кроме того, Ролдугин никогда ничего не взял, его не прельщает роскошная жизнь. В нашем кругу его называют князем Мышкиным», — сказал источник «Новой газеты» и OCCRP.

Сам Сергей Ролдугин, с которым журналисты пообщались после его московского выступления, сказал, что «был связан с этим бизнесом давно-

давно, еще до перестройки», а «потом это стало развиваться, и получились такие вот вещи». В действительности, офшорные компании были зарегистрированы начиная с 2006 года. Ролдугин отметил, что боится давать интервью, поскольку однажды немецкие журналисты, когда он отказался с ними общаться, написали, что «Путин настолько запугал своих знакомых и друзей, что они боятся говорить».

Приложение 36.

URL: <https://meduza.io/feature/2016/04/07/kak-vladimir-putin-otvechal-na-vopros-pro-ofshory-svoego-druga-po-minutam>

Как Владимир Путин отвечал на вопрос про офшоры своего друга. По минутам Meduza 22:15, 7 апреля 2016

Виолончелист Сергей Ролдугин, близкий друг президента России Владимира Путина, владел офшорными компаниями, **оборот которых составлял миллиарды долларов**. Это показали документы компании Mossack Fonseca, которая занимается регистрацией и сопровождением офшоров. Источники «Новой газеты» утверждают, что Ролдугин был лишь номинальным владельцем компаний, а в действительности он «хранитель» состояния. Владимир Путин спустя три дня после публикации расследования впервые прокомментировал офшорный скандал. Ему задали вопрос **на форуме Общероссийского народного фронта**. Ответ занял около восьми минут, причем сначала он говорил об очень, очень отвлеченных вещах. «Медуза» пересказывает речь Путина по минутам.

**Вопрос:** Все мы слышали про информационный вброс, так называемое «панамское досье», где фигурирует музыкант Ролдугин, который является вашим другом. Большое количество моих подписчиков завалили меня **вопросами об этом**, поэтому хотел бы попросить вас прокомментировать. **Первая минута.** Я постараюсь быть кратким. Начинать нужно с 90-х. Тогда всем нравилось поставлять нам картошку и использовать Россию в своих интересах.

*(ответа про Ролдугина нет)*

**Вторая минута.** Все началось с Югославии, тогда на Ельцина обрушились из-за неприятия бомбёжек Белграда. Далее — переворот на Украине, желание жителей Крыма присоединиться к России, невыдача Сноудена.

*(ответа про Ролдугина нет)*

**Третья минута.** Наши партнеры привыкли к монополии на мировой арене. Но события в Сирии показали возможности России не только решать проблемы рядом с собой, но и вдали от наших границ. А наша экономика стала более независимой от внешнего мира.

*(ответа про Ролдугина нет)*

**Четвертая минута.** Возможности вооруженных сил возросли многократно. Но больше всего наших оппонентов беспокоит единство и сплоченность российской нации. В этой связи предпринимаются попытки раскачать изнутри, причесать нас так, как им хочется; внести какое-то недоверие внутри общества к органам власти. Это с блеском было применено в Первую мировую войну.

*(ответа про Ролдугина все еще нет)*

**Пятая минута.** Вы знаете, что такое информационный продукт? Посмотрели, что вашего покорного слуги там нет. Сделали информационный продукт. Что-то там поковыряли и слепили. Есть какой-то друг, вот он чего-то там сделал. То, что за этим стоят органы Соединенных Штатов, — это нам сейчас WikiLeaks показал.

*(ответа про Ролдугина нет)* **Шестая минута.** Иногда представители американской администрации начинают хамить, но нам высокопоставленные чиновники принесли извинения.

### Шесть минут 40 секунд. РОЛДУГИН!

[Далее приводим слова Владимира Путина целиком]

Теперь что касается Сергея Павловича Ролдугина. Он не просто какой-то музыкант, он — народный артист России, блестящий музыкант. Я думаю, один из лучших в стране. Он был членом жюри на международном конкурсе Чайковского. Он начинал работу в Ленинграде, в Петербурге у [дирижера Евгения] Мравинского. Он долгое время работал у Гергиева. Был ректором Петербургской консерватории. Он человек творческий очень.

Многие творческие люди в России (я не знаю, каждый второй, может быть), если вы обратите внимание, пытаются заниматься бизнесом. Насколько я знаю, Сергей Павлович тоже. Но какой его бизнес? Он является миноритарным акционером в одной из наших компаний. И там какие-то деньги зарабатывает. Но это, конечно, не миллиарды долларов. Чушь, нет ничего подобного. Какие-то зарабатывает.

Но вот что любопытно и интересно. Я горжусь такими людьми, как Сергей Павлович: и в числе своих друзей, и вообще в целом. Почти все деньги, которые он там заработал, он истратил на приобретение музыкальных инструментов за границей и привез их в Россию. Дорогие вещи.

Мы всегда приветствуем, когда кто-то делает что-то подобное, но он идет еще дальше. Я знаю, что он уже несколько месяцев занимается оформлением этих инструментов в собственность государственных учреждений. И на протяжении многих лет занимается, не выпячивая себя, организацией концертов, продвижением русской культуры, фактически оплачивая [это] за свой счет. Чем больше у нас будет таких людей, тем лучше. И я горжусь, что у меня есть такие друзья.

Приложение 37.

U R L : <https://meduza.io/feature/2016/04/29/pohozhe-na-tor-tolko-dlya-otmyvaniya-deneg>

«Похоже на Тор — только для отмывания денег» «Медуза» поговорила с автором расследования о связи Ролдугина с фигурантами дела Магнитского  
Meduza 13:12, 29 апреля 2016

26 апреля Центр по исследованию коррупции и организованной преступности (OCCRP) опубликовал статью, связывающую офшоры Сергея Ролдугина с компаниями, через которые выводились деньги фигурантами «дела Магнитского». По просьбе «Медузы» журналист Дмитрий Голубовский поговорил с автором статьи — исполнительным директором OCCRP Паулем Раду — о том, как удалось обнаружить связь компаний, что за деньги они переводили друг другу и какое отношение к этому всему имеет мексиканский наркокартель Синалоа.

**— Как вы нашли связь между компаниями, зарегистрированными на Ролдугина, и компаниями, связанными с «делом Магнитского»? С какой стороны искали?**

— Со стороны Магнитского. Это довольно долгая история. Началось все в 2010 году, когда мы расследовали коррупцию в Восточной Европе. Мы заметили, что при отмывании денег используются совершенно одинаковые схемы. Я решил, что нам нужно изучить инфраструктуру, которая позволяет эти схемы реализовать. Так начался наш первый проект — Offshore Crime Inc. Мы искали регистраторов, которые обслуживали преступников и создавали для этого очень сложную, многослойную структуру из компаний — почти всегда латвийских, литовских или эстонских. В некоторые из таких регистраторов нам удалось проникнуть под прикрытием. Результатом стало наше расследование «Непроницаемые доверенные лица» (The Proxy Platform).

В какой-то момент мы написали про компанию под названием Tormex. Она фигурировала в публичном отчете канадских спецслужб, которые утверждали, что она отмывает деньги для мексиканских наркоторговцев — картеля Синалоа (*один из его лидеров — Хоакин «Коротышка» Гусман — прим. «Медузы»*). И вдруг нам позвонил один мелкий предприниматель из Румынии и сказал: «Слушайте, этот Tormex украл у меня полмиллиона долларов». Ого! Где здесь связь? Оказалось, что этот бизнесмен торгует шинами для тракторов и спецтехники — импортирует их из России, Белоруссии, Молдавии. Каждый раз [его молдавские партнеры] говорили ему переводить деньги на новые банковские счета, принадлежавшие разным офшорным компаниям. И вот когда у него должна была пройти самая большая сделка — на полмиллиона, ему сказали перевести все на счет Tormex в Baltic International Bank. Деньги он перевел, но никаких колес не получил. Бизнесмен пошел в молдавский суд, полиция начала расследование, в ходе которого Латвия запросила отчетность

Tormex за два года. Оказалось, что через нее прошло около 600 миллионов долларов. Мы с коллегой получили доступ к документам и решили, что нужно разобраться, откуда все эти деньги. И вот тут всплыла связь с «делом Магнитского». Нам удалось получить в Молдавии банковские документы двух компаний — Bunicorn и Elenast, которые участвовали в выводе денег из России.

**— А как удалось обнаружить связь с Ролдугиным?**

— История очень простая. Мы посмотрели имеющиеся у нас банковские документы и увидели, что есть целый ряд компаний, которые переводили друг другу деньги, причем за небольшой отрезок времени, в начале 2008 года, когда из России выводили деньги «дела Магнитского». Еще мы увидели, что несколько месяцев спустя, в мае, одна из этих компаний, Delco, перевела деньги панамской International Media Overseas, которая в то время находилась в собственности Сергея Ролдугина. Около 800 тысяч долларов за 70 тысяч акций «Роснефти».

**— Получается примерно по \$11,5 за штуку. Именно тогда, в середине 2008 года, акции «Роснефти» достигли своего пика на Лондонской бирже — \$12. То есть цена вполне рыночная. Другие транзакции ролдугинских компаний были куда более подозрительными. В чем природа этой конкретной сделки?**

— Я, честно говоря, не знаю. У нас есть договор между Delco и International Media Overseas. В документе указана именно такая цена. Поэтому мы не писали, что есть что-либо подозрительное в самой цене. Единственное, что удалось накопать, — это сам факт сделки.

**— 800 тысяч долларов — это лишь небольшая часть из 230 миллионов долларов, хищение которых расследовал Сергей Магнитский. А удалось ли вам отследить в этот период какие-то еще подозрительные транзакции между IMO и Delco?**

— Это единственная транзакция, которую нам удалось обнаружить. Больше того, нельзя утверждать, что деньги, которые поступили на счета International Media Overseas, — это буквально те же самые деньги из «дела Магнитского», выведенные из налоговой в Москве, хотя это и не исключено. Но что можно утверждать наверняка, так это то, что компании, замешанные в деле Магнитского, переводили деньги господину Ролдугину. Тут нужно понимать: система устроена очень сложным образом. Те компании, которые были причастны к «делу Магнитского», причастны также и ко множеству других случаев отмывания денег — в основном из России. Они аккумулируют средства из разных источников. Это похоже на сервис вроде Tor — только для отмывания

денег. Сначала вы рассредоточиваете средства, а потом собираете в одном месте и раздаете тем, кто является частью всей этой сети.

**— А что вы имеете в виду под «другими источниками»?**

— Такая же схема использовалась и в отмывании денег Синалоа, и в российской [«мегапрачечной»](#). Так мы назвали наше расследование о выводе около 20 миллиардов долларов, которые шли из России через молдавский банк. Вместе с коллегами из России, Молдавии и Латвии мы тогда выяснили, что самые важные транзакции шли через банки, связанные с Александром Григорьевым — деловым партнером Игоря Путина, двоюродного брата Владимира Путина. Мы нашли их инвестиции в Черногорию. Потом Григорьев был арестован (*в ноябре 2015 года, по подозрению в выводе из России 46 миллиардов долларов — прим. «Медузы»*).

Что касается тех же самых Bunicon и Elenast, то они держали деньги в Banca de Economii a Moldovei, который закрыли в прошлом году — после того, как через него был похищен миллиард долларов из молдавских банков. Литовский UKIO Bankas, в котором были счета у Delco и других компаний из этой схемы, был оштрафован за множественные нарушения. Очень хорошо эта проблема с переводами через Латвию и Литву видна по делу «мегапрачечной» и двадцати миллиардам долларов, выведенным из России. Совсем недавно закрыли Trasta Komercbanka: сначала они потеряли свой рейтинг Moody's, а потом их закрыли. Они сначала нас обвиняли в предвзятости, некачественной журналистике и всем таком прочем, но потом то, о чем мы писали, подтвердилось.

**— Я имел в виду другие подозрительные источники денег Delco и IMO.**

— Мне о таких неизвестно — по крайней мере пока. Но мы работаем над этим.

**— Как тесно вы сотрудничали с российскими журналистами в истории Delco — IMO?**

— Извините, но это я не могу обсуждать.

**— Почему статью опубликовали вы, а не они?**

— А, ну здесь просто все было завязано на молдавские документы, еще начиная с Offshore Inc. Хотя, разумеется, огромную часть работы сделали ваши коллеги из России. Их вклад был просто потрясающий.

**— Часть «Панамского архива» скоро будет открыта, какая именно?**

— Информация о 200 тысячах компаний или около того. Самых документов, переписки, транзакций, личных данных там не будет, но любой желающий

сможет найти компанию, которая может быть замешана в какой-нибудь истории, и связаться с ICIJ (*Международный консорциум журналистов-расследователей, занимавшийся подготовкой статей о «Панамском архиве» — прим. «Медузы»*), чтобы ее расследовали.

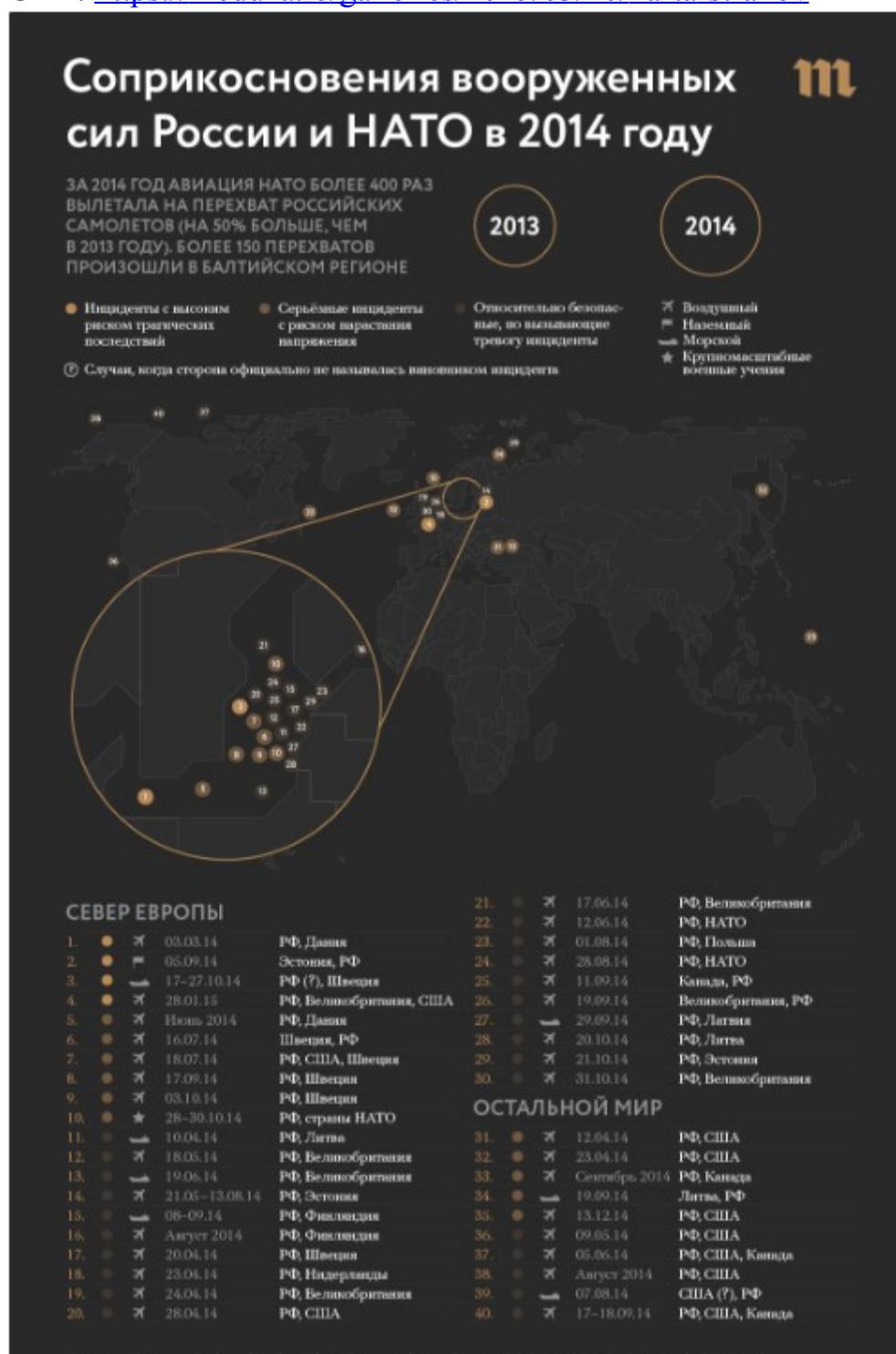
**— А какие были главные трудности в работе над архивом?**

— Ну, разумеется, нужно было обеспечить определенный уровень безопасности, шифровать данные, и с этим замечательно справился ICIJ. Но сложнее всего, конечно, сам процесс расследования. Даже в тех случаях, когда документы позволяют заглянуть в эту теневую индустрию, нужно проделать огромную работу, чтобы получилось расследование. Историй там огромное количество. Но вот кто-то всплывает в «Панамском архиве» — начинаешь расследовать, и появляются новые компании, про которые в архиве ничего нет. Mossack Fonseca ведь даже не самый большой регистратор в Панаме. Есть еще Morgan & Morgan. Вот если бы была утечка оттуда... В общем, это было бы еще более потрясающее, чем «Панамский архив».

Дмитрий Голубовский  
Москва

## Приложение 38.

URL: <https://meduza.io/galleries/2015/03/10/karta-strahov>



Приложение 39.

URL: <http://ru.tsn.ua/svit/gromkiy-proekt-hh-veka-kak-evrotunnel-soedinil-velikobritaniyu-s-materikom-infografika-626346.html>

## **TСН** З ЛОНДОНА ДО ПАРИЖА ЗА 2 ГОДИНИ. ЯК БУДУВАЛИ ЄВРОТУНЕЛЬ

6 травня 1994 року було офіційно відкрито підземний шлях, який поєднав Великобританію з материком



Тунель під Ла-Маншем з'єднує Європу з Великобританією  
Одна з найбільших будівель ХХ століття  
Символ об'єднаної Європи  
Держави-учасниці проекту:  
Великобританія та Франція

**1987 року**

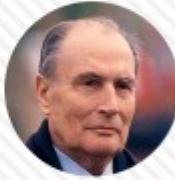
 Великобританія та Франція ратифікували договір про будівництво тунелю

 ОФІЦІЙНЕ ВІДКРИТТЯ ТУНЕЛЮ

**6 ТРАВНЯ 1994 РОКУ**



ЄВРОТУНЕЛЬ БУЛО УРОЧИСТО ВІДКРИТО  
ЛІДЕРАМИ ДЕРЖАВ-УЧАСНИЦЬ -  
**КОРОЛЕВОЮ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ  
ЕЛІЗАВЕТОЮ II**  
І ПРЕЗИДЕНТОМ ФРАНЦІЇ  
**ФРАНСУА МІТТЕРАНОМ**



 ПРОЕКТ БУЛО ЗАВЕРШЕНО  
ЗА СІМ РОКІВ СИЛАМИ  
13 000 РОБІТНИКІВ ТА ІНЖЕНЕРІВ

 НА ЄВРОТУНЕЛЬ ВИТРАТИЛИ БЛІЗЬКО  
10 МІЛІЯРДІВ ФУНТІВ СТЕРЛІНГІВ,  
ОДНАК ВІН ДОСІ НЕ ВИПРАВДАВ  
СЕБЕ ФІНАНСОВО

 ТУНЕЛЬ РИЛИ ОДРАЗУ З ДВОХ БОКІВ

 ДЕРЖАВИ-УЧАСНИЦІ БУДІВНИЦТВА ТУНЕЛЮ РОЗРОБИЛИ  
ЛАЗЕРНУ СИСТЕМУ ДІСТАНЦІЙНОГО ЗОНДУВАННЯ,  
ЩОБ ОБІДВА КІНЦІ ПОСЕДНАЛИСЯ В ОДНОМУ МІСЦІ

 ЦЕ ВІДБУЛОСЯ В ПРИЗНАЧЕНИЙ ТОЧЦІ  
1 ГРУДНЯ 1990 РОКУ НА ГЛИБИНІ 40 М ВІД ДНА ПРОТОКИ

Приложение 40.

URL: <http://ru.tsn.ua/svit/sluzhba-v-armii-i-lichnye-rekordy-zhizn-elizavety-ii-v-cifrah-infografika-618986.html>

## Життя королеви Елизавети II у цифрах



**21 квітня 1926 року**  
день народження Елизавети II

**90 років**

**1947 рік**  
вийшла заміж  
за принца Філіпа

**1953 рік**  
коронована на  
британський престол

4 дитини      8 онуків      5 правнуків

**10:00**   
початок робочого  
дня королеви

**Близько 70 років**  
водійський стаж Елизавети II



**Більше 30**  
улюблених собак  
породи коргі мала  
за своє життя  
королева



**117** країн  
відвідала

голова **17** країн\*

## Єдина

жінка з осіб королівської  
крові, яка служила в армії

брало участь Другій Світовій війні  
з нині живих голів держав

**У 2015 році** королева встановила рекорд  
із перебування на престолі Великої Британії

Приложение 41.

U R L : <http://ru.tsn.ua/svit/den-rozhdeniya-rolls-royce-istoriya-i-interesnye-fakty-o-legendarnoy-marke-infografika-625554.html>

# TCH ROLLS-ROYCE

4 травня 1904 року було засновано легендарну компанію Rolls-Royce

**1884**  
Ройс займався електромеханічною справою з 1884, а Роллс був першим автодилером в Британії

**1904**  
У 1904 Генрі Ройс познайомився із Чарлем Роллсом у Манчестері

**1904**  
Перший двоциліндровий автомобіль був презентований на салоні у Парижі наприкінці 1904

**1906**  
15 березня 1906 два підприємці створили Rolls-Royce Limited та почали шукати місце для виробництва

**1987**  
Після приватизації Rolls-Royce об'єднається з Northern Engineering Industries - енергетичною компанією з Ньюкасла

**1990**  
На початку 1990-х Rolls-Royce був одним із найбільших виробників аівадвигунів (joint General Electric та Pratt & Whitney)

## Приложение 42.

URL: <http://ru.tsn.ua/ukrayina/na-chto-sposoben-samyy-bolshoy-v-mire-transportnyy-samolet-an225-infografika-628750.html>



## Приложение 43.

URL: <http://ru.tsn.ua/ukrayina/skolko-mozhno-sekonomit-ne-otmechaya-8-marta-infografika-591962.html>

СКОЛЬКО МОЖНО СЭКОНОМИТЬ, НЕ ОТМЕЧАЯ 8 МАРТА. ИНФОГРАФИКА Украина 8 марта, 07:15 386 ТСН.ua решил посчитать, сколько можно было бы сэкономить мужчинам, не покупая подарки. 8 Марта в Украине с каждым годом празднуют все меньше. Редакция ТСН.ua решила посчитать, сколько можно было бы сэкономить мужчинам, не отмечая это праздник. Мы выбрали три условных пакета подарков – "эконом", "стандарт" и "премиум", в зависимости от состояния мужчин каждой из категории. Что получилось – смотрите в нашей инфографике. Стоит также отметить, что согласно данным опроса компании TNS, проведенного недавно, каждый десятый украинец (11%) считает праздник 8 Марта пережитком советского прошлого. В то же время большинство опрошенных все же положительно относятся к этому празднику. 57% указали, что этот праздник – хороший повод сделать приятное близким женщинам, у 39% опрошенных праздник вызывает положительные эмоции, 22% указали, что это праздник важен, поскольку напоминает о правах женщин. Интересно, что мужчины значительно чаще отмечают, что 8 Марта – хороший повод сделать приятное близким женщинам (64%). И в то же время среди мужчин больше тех, кто считает, что основная цель праздника – получение прибыли от продажи подарков (9%).