

**Характеристика специальных рубрик региональных общественно-политических интернет-изданий, посвященных культуре («Аргументы и Факты – Югра», «Московский Комсомолец – Югра»)**

**Научный руководитель – Третьякова Любовь Анатольевна**

***Левченкова Дарья Андреевна***

*Студент (бакалавр)*

Югорский государственный университет, Ханты-Мансийск, Россия

*E-mail: Levchenkova98@mail.ru*

В данной статье рассмотрены способы освещения сферы культуры в региональных общественно-политических интернет-изданиях. Актуальность работы обусловлена тем, что основным поставщиком информации из сферы культуры являются СМИ, и восприятие (интерпретация) событий во многом зависит от спектра отображаемых событий и их трактовки журналистами. В статье проанализированы материалы в рубриках, посвященных культуре, опубликованные за октябрь 2018 года. Выявлены особенности написания журналистского текста в зависимости от политики издания. Всего рассмотрено 74 материала. На основе проведенного исследования автором предлагается краткое руководство (совет) написания успешного текста.

В интернет-издании «Аргументы и факты - Югра» в рубрике «культура» за октябрь опубликовано всего 27 материалов [1].

Освещаются исключительно местные события на уровне округа. Чаще всего встречается направление народного творчества (7), реже - духовной культуры (религия, язык, национальный фольклор). Затем идет изобразительное и декоративно-прикладное искусство, литература, музыка, киноискусство, театральное искусство, сценическое искусство, фотография, архитектура.

Тематическое наполнение больше состоит из событий, нежели явлений. Отражены вышеназванные культурные направления.

Проблематика: социокультурная.

Ведущие жанры - информационные (26 материалов из 27), а именно заметка (событийная - 14 раз, анонс - 9 раз), аналитический материал встретился один раз (аналитическое интервью).

По заголовочному комплексу: включает в себя заголовок, подзаголовок и лид. На сайт ставят информативные заголовки, но встречаются и с творческим подходом, если материал взят из печатного номера газеты.

Объем материалов: информационные жанры - до 1,5 тыс. знаков.

Количество просмотров варьируется от 26 («Обско-угорские авторы отправятся в Румынию») до 651 («Лидер "Руки вверх" пристыдил жителей Ханты-Мансийска», завлекающий заголовок). Среднее количество просмотров одной публикации - 99. Аудитория ведется на заголовки с «желтизной» (об этом говорит количество просмотров определенных материалов). Соответственно, читателя в данном издании больше интересуют массовая культура.

По современным подходам: есть возможность комментировать публикации, делиться ими в соц.сетях. Предлагаются материалы по теме. Публикации дополняются фотографиями. Видно количество просмотров.

В интернет-издании «Московский Комсомолец - Югра» всего за октябрь 2018 года в рубрике «культура в регионах» вышло 47 материалов [2].

Тематика: события и явления в культурной жизни региона по различным направлениям. Но больше всего присутствует тематика местной народной культуры.

Проблематика: социокультурная.

По жанрам и подаче: классическая подача новостей, все материалы написаны в информационном жанре заметки.

Среднее количество просмотров одной публикации - 300.

По заголовкам: в региональной вкладке заголовочный комплекс включает в себя заголовки (информационный) и лид.

По объему: в региональной вкладке - до 1000 знаков.

По современным подходам: есть возможность комментировать публикации, делиться ими в соц.сетях. Есть теги (по ним можно найти публикации по теме), геотеги, раздел «блоги» и «популярно в соцсетях». Предлагаются материалы по теме. Публикации дополняются фотографиями. Видно количество просмотров.

Как общий вывод можно сказать, что в целом местная информация в данных изданиях достигает 100 % общего объема, это связано с не всеобъемлющими региональными возможностями.

Местные жители выступают в роли персонажей журналистских материалов, обращение к контенту социальных сетей, опросы и активное продвижение товаров и услуг - это также специфическая черта региональных интернет-изданий.

Сложных мультимедийных жанров (лонгридов) на региональных сайтах не встречается. В основном, это информационные жанры.

В данных интернет-изданиях преобладают материалы креолизованных жанров над речевыми. Это значит, что контент издания представлен не только текстом, но и фотографиями, видео, ссылками на другие публикации, средствами обратной связи. Практически во всех материалах в источнике присутствуют вставки из социальных сетей или микроблогов.

Ситуация с характером информации: количество сугубо журналистских текстов практически уступает место рекламно-справочным, здесь связи с потребительским рынком наиболее крепки. В сообщениях о культуре региональные интернет-издания выступают в роли организаторов полезных для местного сообщества акций, фестивалей, волонтерских проектов, направленных на организацию и координацию действий населения для оптимизации городской среды.

Авторский состав также имеет свои отличия. Профильных журналистов практически не встречается. Профессиональные журналисты основной «костяк» авторов, хорошо владеющих интернет-технологиями и, в силу ограниченности состава редакционного коллектива, воплощающих образ универсального журналиста.

На основе анализа региональных интернет-изданий, можно дать краткое руководство (совет) написания успешного материала.

Наш мозг настроен на запоминание историй, и хороший рассказ запоминается в 22 раза лучше, чем голые факты или цифры. Для этого необходимо выделить следующие элементы:

Цель. Почему вы рассказываете эту историю? Цель включает ваше представление о том, что аудитория должна думать, чувствовать или делать после того, как познакомится с ней. Для хорошо сформированной цели важно, с чего аудитория начинает и куда она приходит в конце этого «путешествия».

Захватите внимание. Почему люди захотят слушать вашу историю? Используйте «крючок», чтобы привлечь слушателя. Таким "крючком" может быть удивительная информа-

ция, визуальные эффекты или необычный подход.

Помогите своей аудитории. Если вашей историей можно поделиться, люди станут пространять ваши идеи. Сделайте свой рассказ запоминающимся и легким для чтения.

Рассказывая вашу историю, меняйте угол зрения. Выходите за рамки очевидного и ищите новый взгляд на ситуацию.

#### **Источники и литература**

- 1) 1. Аргументы и Факты – Югра [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ugra.aif.ru/culture>. – 30.11.2018.
- 2) 2. Московский Комсомолец – Югра [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.mk.ru/culture/>. – 03.12.2018.