**Критерии отбора новостей в современных российских онлайн-СМИ**

В настоящее время новость является самым распространенным жанром журналистского медиатекста в онлайновой среде [1, 3]. По мнению исследователей, популярность новости обусловлена, с одной стороны, особенностями функционирования онлайн-СМИ, а с другой – спецификой потребления контента их аудиторией [2, 3]. Кроме того, востребованность новости как жанра журналистского произведения обусловлена еще и простотой технологии ее создания: на написание новостной заметки уходит обычно не больше часа, в то время как, например, работа над аналитическими материалами требует длительного анализа и глубокого изучения темы [3].

В рамках исследования, проведенного в марте-апреле 2023 года, перед нами была поставлена задача по изучению критериев отбора новостей: мы хотели понять, какими признаками должно обладать событие для того, чтобы журналист написал о нем новостную заметку в онлайн-СМИ.

Среди критериев отбора новостей мы выделили следующие: «значение», «масштаб», «эмоциональность», «знаменитости», «географическая близость», «психологическая близость», «необычность», «негативность», «продолжительность» – всего девять критериев.

В ходе исследования мы предположили, что для российских журналистов важными критериями отбора станут «эмоциональность» (возможно, «негативность»), «географическая близость» и «продолжительность». Важно подчеркнуть, что одна новость могла соответствовать сразу нескольким критериям, что отмечалось нами в эмпирической базе исследования.

**Объектом** данного исследования стали 100 медиатекстов, отобранных случайным образом, самых известных российских интернет-ресурсов из ТОП-10 рейтинга «Медиалогии» по данным за январь 2023 года [4], среди них – *Rbc.ru, Russian.rt.com, Gazeta.ru, Lenta.ru, KP.ru* и др. Основной **метод исследования** –контент-анализ.

Вопреки выдвинутому предположению оказалось, что главными критериями отбора новостей на сайтах изучаемых ресурсов стали «знаменитости» и «значение». Критерий «продолжительность» – третий по популярности, а четвертый – «масштаб».

Таким образом, современная медийная повестка популярных российских интернет-ресурсов формируется на основе событий, так или иначе связанных с жизнью знаменитостей (кто-то что-то сказал, сделал, или с персонажем что-то произошло) [1]. Много внимания в отечественном медиаполе уделяется значимым событиям – таким, которые как-то влияют на судьбы всех или многих людей [1]. Кроме того, журналисты российских онлайн-СМИ активно публикуют материалы о длящихся («тема на слуху») и масштабных (в событии фигурируют много участников) событиях [1].

Мы полагаем, что полученные результаты могут быть полезны для понимания механизма формирования современной медийной повестки в отечественных онлайн-СМИ.

**Источники и литература:**

1. Колесниченко А. В.Критерии отбора новостей в современных российских СМИ // Медиаскоп. 2018. Вып. 3. DOI: 10.30547/mediascope.3.2018.5. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2467> (Дата обращения: 29.02.2024).
2. Колесниченко А. В. Востребованность жанров журналистских текстов аудиторией онлайновых медиа // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2019. — № 3. — С. 3–22. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2019.322. Режим доступа: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2019/3/vostrebovannost-zhanrov-zhurnalistskikh-tekstov-auditoriey-onlaynovykh-media/> (Дата обращения: 29.02.24).
3. Королева М. Н. Новости в современных российских онлайн-СМИ: источники информации и критерии отбора // Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия. Материалы международной научно-практической конференции Москва, 5–6 февраля 2024 г. / Под ред. М. Е. Аникина, О. А. Бакулин, П. В. Балдицын и др. — Москва: Факультет журналистики МГУ, 2024. — С. 221–222.
4. ТОП-10 российских СМИ – январь 2023 года // Медиалогия. Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/> (Дата обращения: 29.02.2024).