

УДК 070 (470-25)

## **ГАЗЕТА «МОСКОВСКИЕ НОВОСТИ» КАК МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ПРОЕКТ**

**Р. М. Арабият**

*Белгородский государственный научно-исследовательский университет  
кафедра коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью*

В статье рассматриваются основные коммуникативно-технологические особенности газеты «Московские новости» (печатной и интернет-версии). Отмечается тот факт, что издание востребовано широкой аудиторией благодаря как успешной деятельности журналистов, так и продуманному сочетанию достоинств традиционных, печатных массмедиа и новых онлайн-технологий.

**Ключевые слова:** *массмедиа, «Московские новости», интернет-проект, онлайн-технологии, мультимедиа, инфографика, аудитория, контент.*

Символами современности, сформировавшейся в условиях происходящей во всем мире информационно-технологической революции, стали компьютер и Интернет. Как пишет Я. Н. Засурский, «изменение, которые происходят... в связи с развитием новых информационных технологий и, прежде всего Интернета, приводят к новым возможностям для коммуникации... более объемной, более разноплановой и более содержательной» [3, с. 7]. Характерной особенностью настоящего времени становится переход средств массовой коммуникации на мультимедийные технологии. В последнее время активное развитие получили новые, распространяемые в Интернете «онлайн-медиа» («онлайн-СМИ»). Как замечает В. В. Кихтан, это «в первую очередь именно медиаиздания, рассчитанные на интерактивный (в режиме он- или оффлайн) обмен информацией между всеми их читателями» [5]. «Онлайн-медиа» по сравнению с традиционными имеют свои преимущества, которые заключаются в оперативности, в способности мгновенно реагировать на ситуацию и давать информацию о факте, раскрывая его значение и социальный масштаб, подключая при этом к интерактивному диалогу широкую аудиторию в качестве экспертов, журналистов и участников событий.

Цель исследования заключается в рассмотрении принципов информационной деятельности газеты «Московские новости» и особенностей ее взаимодействия со своей аудиторией. Среди основных задач – осмысление места газеты в современном информационном пространстве России и определение ее типологических признаков.

Актуальность исследования определяется тем, что знание особенностей информационного пространства и в частности того сегмента, который представлен новыми, «онлайновыми» массмедиа, весьма полезно, поскольку позволяет ответить на важнейшие вопросы, касающиеся характера формирования общественного сознания.

«Московские новости» (главный редактор – В. Гуревич) стали выходить в России с 2011 г. как общественно-политическая и деловая газета с выраженными имиджевыми функциями. «Московские новости» – это социально, идеологически и технологически продуманный мультимедийный проект, имеющий четыре формата: (1) ежедневная газета, (2) интернет-версия ([www.mn.ru](http://www.mn.ru)), (3) iPad-версия и (4) версия для мобильных телефонов.

Газета «Московские новости», издаваемая ООО «Издательский Дом “Время”» во взаимодействии с РИА Новости, представляет собой полноцветное издание формата КЗ, выходящее 5 раз в неделю на 20-32 полосах тиражом 50 000 экземпляров. Учредителем газеты «Московские новости» является Российское агентство международной информации «РИА Новости», которое и определяет характер производимого контента. Значительную часть финансирования газета получает из госбюджета. Распространяется она по подписке и через розничную продажу в Москве и Московской области. Газета целенаправленно доставляется в государственные и политические организации, руководителям крупнейших организаций (как российских, так и иностранных), представителям ведущих российских и иностранных массмедиа, а также в VIP-зоны аэропортов Москвы, выполняя таким образом не только информационные, но и имиджевые функции.

«Московские новости» – это ребрендинг уже опробованного и имевшего успех проекта (еженедельник издавался в СССР с 1930 г.), однако основательно переосмысленного в новой социально-политической и коммуникативно-технологической ситуации. В 1991 г. «Московские новости» стали коммерческим изданием. В 2008 г. газета вернулась к своему прежнему учредителю и стала решать новые задачи, среди которых освещение важнейших проблем и тенденций в политической, экономической и культурной жизни России и в мире (США, Европа, Азия, Африка, экс-СССР). Однако (по замыслу издателей) газета «Московские новости» должна прежде всего развеять «туман» о России, давая читателям ее новый образ. В одном из своих интервью главный редактор РИА Новости С. Миронюк заявила, что «Россия сегодня возвращает себе место серьезного политического игрока на Ближнем Востоке, борющегося за установление прочного и справедливого мира в регионе... что туман, окутывавший и до сих пор окутывающий российско-арабские отношения, связан с тем, что арабские СМИ черпают информацию о России не из первоисточников, а «в большинстве кормятся тем, что печатают о России на Западе» [8].

«Московские новости» позиционируют себя как общественно-политическая и деловая газета, поэтому ведущей становится социальная, политическая и экономическая проблематика, касающаяся жизни России и мирового сообщества, а также информация о культурной жизни и спорте. В специальных выпусках, выходящих по пятницам, преобладают статьи специалистов в области культуры, истории, религии и спорта. Например, А. Белуза пытается разобраться в особенностях современной политической и культурной жизни регионов [1]. Газета выгодно отличается наличием социальной позиции, авторским взглядом на проблемы и выверенной авторской стилистикой. Не случайно, в газете появляются такие материалы,

как, например, интервью издателя А. Габрелянова, данное журналистке газеты Н. Каныгиной [4].

Самыми востребованными жанрами на страницах газеты являются, наряду с новостями и фотоисториями, аналитические жанры (комментарии, мнения, эссе, проблемные и познавательно-тематические репортажи и интервью), то есть те жанры, которые ориентированы не только на репрезентацию факта, но и на осмысление его причин и его проекций в будущее. Подтверждение тому находим, в частности, в публикации А. Левина «Иваново: Национальные обычаи “выстреливают” и в глубинке» [7]. На страницах издания много аналитических материалов, мнений экспертов (профессионалов, политиков, политологов, ученых) по важнейшим проблемам современности. К примеру, колумнист газеты Л. Саенко рассуждает о «загадочной потребительской душе...» [10].

Редакционная политика газеты «Московские новости» ориентирована на принципы качественного освещения событий – «аналитичность, взвешенность оценок, спокойный тон публикаций и... надежность фактов и мнений» [6, с. 96], а также уважение своей аудитории.

У газеты «Московские новости» есть своя модель целевой аудитории. Это • люди среднего возраста (как указывает сама газета, «мужчины и женщины в возрасте 30+»), • имеющие высокий социальный статус, обеспечиваемый как высоким социальным положением (служащие государственных, политических, общественных структур, представители деловых кругов, управленцы, журналисты, рекламисты, представители служб связей с общественностью), так и достаточно высоким доходом, • люди, от решений, поступков и гражданской позиции которых во многом зависит практика жизни современного россиянина, • люди, чувствительные к международному контексту жизни. Иначе говоря, «Московские новости» – это издание, ориентированное на социально активного и образованного человека. Не случайно, редакция называет свою целевую аудиторию «новой интеллигенцией».

Интернет-проект «Московских новостей» – сегодня один из самых популярных. По данным рейтинговых агентств (см., например: [rating.openstat.ru](http://rating.openstat.ru)) в июне 2012 г. сайт посетило около двух с половиной миллионов человек. Заметим, что, по данным компании «Медиалогия», «Московские новости» вошли в список самых цитируемых российских газет. Это, несомненно, говорит об эффективности интернет-ресурса «Московские новости», которая достигается благодаря как успешной журналистской деятельности, так и умелому сочетанию достоинств традиционных, печатных массмедиа и новых онлайн-технологий.

Первоначально интернет-проект был простым отражением печатной версии, однако затем концепция сайта был переосмыслена. «Мы стремимся к тому, – говорит главный редактор сайта «Московские новости» А. Богомолов, – чтобы каждая наша публикация была минипроектом... в рамках каждого минипроекта могут использоваться... разные жанры и форматы: фото, аудио, видео, инфографика, комментарии аудитории, слайд-шоу. Разные каналы доступа к аудитории (социальные сети, мобильные приложения) позволяют не только давать информацию, но и получать ее от пользователей» [9].

Социальная значимость для редакции той или иной формы мысли или темы подчеркивается на сайте тем, что в меню первым идет раздел «Мнения», далее следует «Фотоистории», «Политика», «Общество», «Москва», «В мире», «Бизнес», «Происшествия», «Культура», «Спорт» и «Спецпроекты».

При разработке страниц сайта «Московские новости» стремятся к так называемой «дружественности интерфейса», что снижает негативные эффекты, связанные с восприятием текста в электронной версии. Для удобства пользователей дизайн сайта отличается достаточно лаконичной и строгой цветовой гаммой. Яркие цвета (красный и синий) присутствуют практически только в логотипах, рекламе и фотоматериалах. Основной текст передан черным шрифтом на белом фоне, что, как известно, весьма удобно для чтения. Следует отметить продуманность структуры страницы и инфографики: «вынесение» заголовка, слева от текста изображение, текст не слишком плотный, или, как говорят, «разрыхленный» [2].

Между «интернет-аудиторией» и читателями традиционной, печатной версии, заметим, существуют некоторые различия, прежде всего возрастные. По словам А. Богомолова, «сайт газеты “Московские новости” привлекает аудиторию, которая для бумажной газеты является, в силу объективных причин, менее доступной... сайт MN.RU старается давать аудитории контент в более привычных для нее форматах, предугадывать ее модели поведения» [9]. Отметим также тот факт, что аудитория сайта постоянно возрастает.

Интернет-ресурсы, как известно, отличаются от традиционных массмедиа тем, что их контент постоянно обновляется. На ресурсе MN.RU применяется сразу несколько типов обновления: • с установленной периодичностью (каждые три часа); • постоянное и непрерывное (материалы появляются на сайте сразу после их поступления). Однако некоторые рубрики (например, «Мнения», «Колумнисты», «Блоги») могут какое-то время оставаться без изменений. Таким образом, посетитель сайта, с одной стороны, получает оперативную информацию об обстановке в стране и мире, а с другой – может обратиться к аналитическим и публицистическим материалам на одном ресурсе.

Ключевая особенность интернет-проекта «Московских новостей» заключается в интерактивности, которая обеспечивает широкой аудитории возможность выходить на нужную информацию и реагировать на нее посредством оставленного комментария в чате или через ресурсы «Facebook», «Вконтакте», «Twitter» со ссылками на источник. Кроме того, представлена лента с материалами, которые являются, по определению редакции, самыми востребованными. Для того чтобы оставить свой комментарий, читателю достаточно поставить «лайк» под материалом через страницу «Вконтакте» или «рекомендовать» текст через аккаунт в «Фейсбуке» [9].

Заметим, что между различными сайтами существует своего рода социальное партнерство, которое поддерживается при помощи соответствующих гиперссылок и которое приводит к росту вовлекаемой в коммуникативный процесс информации. На сайте «Московских новостей» мы видим, что практически в каждом материале содержатся гиперссылки на другие текстовые материалы, фото- и видеоиллюстрации. Кроме того, блок с

заголовком «Теги» позволяет расширить количество информации по ключевым темам материала. Гипертекстовость, то есть наличие многоходовых ссылок, позволяет создать уникальное информационное пространство, ознакомить читателя с проблемой глубже, убедительнее и во всех возможных аспектах, проекциях, включая историю вопроса. Если же читателя заинтересовал конкретный автор статьи, то он может по ссылке перейти к списку всех его работ в данном издании. «Московские новости» при этом дают ссылки и на другие источники информации, такие, как <http://www.newsru.com>, телеканал «Дождь», <http://www.gazeta.ru/>, «В Москве» <http://inmsk.ru> (проект РИА «Новости»).

Массмедиа, представляя свои интернет-проекты, как известно, не всегда реализуют все возможности мультимедиа, поскольку это может замедлять «загрузку» страницы. Долгий «отклик» может стать стимулом для прекращения работы. Интернет-ресурс «Московские новости», обладая хорошей материальной и технической базой, используют широкий спектр мультимедийных возможностей, умело сочетая вербальные, визуальные (иллюстративные), аудио- и видеотехнологии, без увеличения времени «отклика».

Таким образом, газета «Московские новости» – это новое, но весьма значимое «имя» в пространстве современных массмедиа. Газета стремится донести до своего читателя достоверную и полную информацию о происходящих событиях, предоставляя ему возможность получить дополнительные знания посредством «отсылок» к дружественным интернет-ресурсам. Они востребованы широкой аудиторией благодаря успешной деятельности журналистов и продуманному сочетанию достоинств традиционных, печатных массмедиа и новых онлайн-технологий.

#### **Список литературы**

1. Белуза, А. Перегибы на местах [Электронный ресурс] / А. Белуза // Московские новости (19 ноября 2012). – Режим доступа: [http://mn.ru/politics\\_regions/20121119/330970671.html](http://mn.ru/politics_regions/20121119/330970671.html). – Дата обращения: 13.12.2012. – Загл. с экрана.
2. Вейлер, К., Маурер, Р. И. Сетевые СМИ другая журналистика? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/online/webjour.shtml>. – Дата обращения: 12.02.2013. – Загл. с экрана.
3. Засурский, Я. Н. Медиатекст в контексте конвергенции [Текст] / Я. Н. Засурский // Язык современной публицистики. – М. : Флинта; Наука, 2005. – С. 7–30.
4. Каньгина, Н. «Когда я мат использую, мне легко доносить мысль» [Электронный ресурс] / Н. Каньгина // Московские новости (14 декабря 2012). – Режим доступа: [http://mn.ru/society\\_edu/20121214/333036562.html](http://mn.ru/society_edu/20121214/333036562.html). – Дата обращения: 09.12.2012. – Загл. с экрана.
5. Кихтан, В. В. Онлайн-журналистика в России: становление, тенденции и перспективы развития [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / В. В. Кихтан ; Моск. гос. ун-т. – М., 2004. – 237 с.
6. Корконосенко, С. Г. Основы журналистики [Текст] / С. Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 287 с.
7. Левин, А. Иваново: Национальные обычаи «выстреливают» и в глубинке [Электронный ресурс] / А. Левин // Московские новости (5 октября 2012). – Режим

- доступа: <http://mn.ru/oped/20121005/328204323.html>. – Дата обращения: 21.11.2012. – Загл. с экрана.
8. Миронюк, С. Интервью. 2 ноября 2009 г. [Электронный ресурс] / С. Миронюк. – Режим доступа: [http://ria.ru/news\\_company/20091102/191638051.html](http://ria.ru/news_company/20091102/191638051.html). – Дата обращения: 08.02.2013. – Загл. с экрана.
9. Новейшая история «Московских новостей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gipp.ru/print.php?id=40336>. – Дата обращения: 20.01.2013. – Загл. с экрана.
10. Саенко, Л. Не ходи в магазин! [Электронный ресурс] / Л. Саенко // Московские новости (24 ноября 2012). – Режим доступа: <http://mn.ru/oped/20121124/331385321.html>. – Дата обращения: 01.02.2013. – Загл. с экрана.

## NEWSPAPER "MOSCOW NEWS" AND NEW OPPORTUNITIES MASS MEDIA COMMUNICATIONS

**Rabeei Mohammad Arabyat**

National Research University Belgorod State University

*The department of communication studies, advertising and public relations*

In the article the basic media and communicative characteristics of the newspaper "Moscow News" and its Internet project are considered. It must be admitted that the edition and its online version are demanded by a wider audience due to the success of both journalists and thought-out combining of the advantages of traditional, print media and new online technologies.

**Key words:** *media, «Moscow News», online project, online technology, media, infographics, audience, content.*

*Об авторах:*

АРАБИЯТ Раби Мохаммад – аспирант кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью Белгородского государственного научно-исследовательского университета (308015, Белгород, ул. Победы, д. 85), e-mail: [rabeeiarabyat@gmail.com](mailto:rabeeiarabyat@gmail.com).