

МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС

Научная статья

УДК 070.431.2(571.14)

doi: 10.17223/26188422/17/5

Влияние рерайтинга на специфику региональных новостей

Лилия Николаевна Кислая¹

¹ *Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия, Liliya12@yandex.ru*

Аннотация. В статье представлены результаты контент-анализа трех новостных сайтов, выявлено доминирование рерайт-текстов, охарактеризовано их содержание. Вторая часть исследования посвящена презентации региональных событий и основана на структурном и дискурс-анализе 20 новостей, опубликованных в 19 сетевых СМИ. Эти материалы имели один событийный повод, большинство создано на основе пресс-релиза. Было доказано, что региональные медиа благодаря рерайтингу реализуют экстенсивную модель работы с новостным контентом.

Ключевые слова: рерайтинг, новость, региональные издания, текст-донор, пресс-релиз

Для цитирования: Кислая Л. Н. Влияние рерайтинга на специфику региональных новостей // Вопросы журналистики. 2025. № 17. С. 64–83. doi: 10.17223/26188422/17/5

Original article

doi: 10.17223/26188422/17/5

The impact of rewriting on the specifics of regional news

Liliya N. Kislaya¹

¹ *Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russian Federation, Liliya12@yandex.ru*

Abstract. The news feed of modern regional publications is replenished daily with dozens of texts. In order to work with such intensity, it is impossible to get by with only original materials. The aim of this study is to characterize the impact of rewriting on the specifics of regional news. The article presents the results of a content analysis of three popular news sites in Novosibirsk Oblast. Only 6% to 26% of publications in them are original, the rest are rewritten texts. Press releases of government agencies, law enforcement agencies, commissariats, etc. became donors for 30–50% of news, slightly less often materials from other media or news agencies were used (from 33% to 40%). The main methods of rewriting are shortening, converting direct speech into indirect statements, replacing words (most often replacing expressions of the official business style, which abound in press releases, with neutral vocabulary; or including colloquial constructions designed to give the text an informal character). The hypothesis that the regional nature of the analyzed content should determine the high frequency of personalized news (the presence of a hero, a description of life circumstances that are interesting to readers) was not confirmed, probably because such an approach to creating a text requires additional efforts and a lot of time from the author: to find the hero and communicate with him, use additional sources, specially build the composition, etc. In the press releases taken as the basis for most of the news, the main task was to demonstrate the role of the organization or its leader, and not a specific participant in the event. The second part of the work discusses the presentation of events by regional media and is based on the structural and discourse analysis of 20 news items published in 19 online publications. These materials shared a single event as their basis, and the majority turned out to be re-written versions of a press release from the mayor's office. The dominant changes made to the original material included shortening, altering the headline and lead paragraph, rearranging the order of paragraphs, and simplifying certain grammatical constructions. The research demonstrated that regional media implement an extensive model of working with news content, the primary tool of which is rewriting. The main editing methods employed are those that can be used with minimal time investment. The analysis of news from Novosibirsk media portals showed that editors use a limited range of source text types, most frequently press releases from government bodies and materials from other media outlets. Regional editorial offices show weak engagement with the social media of public figures, NGOs, and social institutions. This situation affects not only the content of publications and the breadth and completeness of the daily news picture but also the independence of the editorial policy pursued by the media outlet.

Keywords: rewriting, news, regional publications, donor text, press release

For citation: Kislaya, L. N. (2025) The impact of rewriting on the specifics of regional news. *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 17. pp. 64–83. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/17/5

Новостная лента современных региональных изданий ежедневно пополняется десятками текстов. Чтобы работать с такой интенсивностью, невозможно обойтись без ререйтинга, который позволяет увеличивать плотность новостного потока многократно, однако влияет на специфику общей событийной картины, создаваемой СМИ. В рамках данного исследования был проанализирован контент нескольких новосибирских новостных порталов, чтобы выявить место ререйтинга в деятельности региональных изданий и его влияние на общую событийную повестку.

Вопросами ререйтинга отечественные исследователи начали заниматься еще в конце 2010-х гг. (А. А. Амзин [1], А. С. Колоев [2], Д. Н. Тюкова [3], Е. В. Костенко [4] и др.), когда стала интенсивно развиваться новостная интернет-журналистика. Определяющую роль в этой области сыграли работы О. Р. Лащук, которая изучала феномен ререйтинга на примере деятельности информационных агентств и определяла этот феномен как «переработку материала от другого автора для того, чтобы адаптировать его для определенной аудитории» [5, с. 25]. Однако в процессе настоящего исследования мы попытаемся показать, что адаптация для определенной аудитории не всегда является основной задачей ререйтинга, поэтому будем пользоваться определением С. Е. Маржецкого, который под ререйтингом понимает «процесс обработки исходных текстовых материалов в целях их дальнейшего использования» [6, с. 55].

А. С. Колоев [2], С. Е. Маржецкий [6], Д. Н. Тюкова [3], Е.-М. Якобс [7] выделяют несколько видов ререйтинга: поверхностный – простое переписывание текста; глубокий – создание нового, комплексного текста за счет обогащения его дополнительными источниками; авторский – когда ререйтер переписывает донорский текст, с основными тезисами или выводами которого он сам не согласен, изменив его структуру по своему усмотрению.

В настоящем исследовании мы использовали комплекс методов: контент-анализ, дискурс-анализ, сравнение и включенное наблюдение (автор исследования работает литературным редактором в одном из новосибирских СМИ).

С помощью контент-анализа были изучены материалы, опубликованные в течение одного дня (17 марта 2025 г.) на трех новосибирских

порталах: 32 текста в «Атас.инфо», 78 – в «СибФМ» и 61 – в «НГС». Дата выбрана случайным образом, при этом публицистическая активность медиа в этот день была не максимальной (для сравнения: 10 октября 2024 г. в «Атас.инфо» вышла 51 новость, в «СибФМ» – 85, на «НГС» – 76). То есть лента в этих изданиях обновляется несколько раз в час (в ночное время – реже), хотя в новостных отделах работают по 3–5 человек, которые в основном занимаются ререйтингом, а уникальные (авторские) тексты создают корреспонденты других отделов.

Как отмечает О. Р. Лащук, «зачастую ререйтерами работают люди, не имеющие специального образования, в частности редакторской подготовки. Это влияет на качество информации, а в целом – на профессиональный уровень СМИ, использующих труд ререйтеров» [5, с. 26]. С оценкой исследователя мы вынуждены согласиться [8], отмечая значительное количество ошибок – орфографических, пунктуационных, грамматических, а иногда и фактических – в контенте региональных новостных СМИ. Последний тип ошибок возникает в том числе и потому, что многие новосибирские журналисты, работающие с официальными пресс-релизами, не проверяют указанную в них информацию [9]. Вопросы фактчекинга в ререйтинге – многоаспектная проблема, требующая отдельного рассмотрения, однако требования максимально быстрой подготовки текста практически всегда исключают этот этап работы.

Можно сказать, что корреспонденты новостных отделов нацелены на максимальное наполнение ленты, для этого используют разные способы: создаются обзорные новости (*«Температура до +6 градусов, пробки в 2 балла и курс доллара 85 рублей. Главное на 17 марта в Новосибирске»* или *«Жители Хилка в Новосибирске жалуются на питьевую воду с фекалиями, задавленных собак и издевательства над детьми»*) и новости на постоянные темы (например, про народные приметы дня или прогноз погоды: 17 марта в трех проанализированных изданиях было 6 новостей про погоду), с одного мероприятия пишутся несколько текстов, используются события федеральной повестки и т. д.

Ведущими темами проанализированных новостей стали «экономика, бизнес, финансы»; «происшествия»; «политика, административная деятельность»; «дороги, транспорт» и «досуг». Причем первые две

категории доминировали во всех изученных СМИ, в то время как категория «политика, административная деятельность» превалировала в тех изданиях, где активнее используют рейтинг.

В «Атас.инфо» только 6 % текстов были авторскими, столько же материалов мы оценили как глубокий рейтинг, остальное (88 %) – поверхностный рерайт или коммерческие тексты; в «СибФМ» 15 % журналистских новостей, 5 % – глубокий рейтинг, 80 % – поверхностный рерайт или коммерческие тексты; у «НГС» 26 % – авторский контент, причем в основном это не новости, а информационные корреспонденции, зарисовки и даже журналистские расследования, 11 % – глубокий рейтинг и 63 % – простой рейтинг и коммерческие платные тексты.

В 2021 г. Л. Н. Павлова и Н. А. Аргылов проанализировали контент популярных информационных медиаресурсов Якутии и выяснили, что в будние дни около 50 % публикаций СМИ «посвящены информационным поводам, организованным пресс-службами различных ведомств» [10, с. 134]. С этими данными коррелируют и результаты настоящего исследования: в сумме пресс-релизы правительства Новосибирской области, мэрии Новосибирска, судов, правоохранительных органов, комиссариатов и т. п. становились донорами для 30–50 % новостей. Значительная часть новостей создавалась на основе материалов других СМИ или информационных агентств – от 33 до 40 % (и не все из них были авторскими текстами, а тоже могли представлять рерайт-материалы). Донорскими текстами в меньшей доле становились пресс-релизы коммерческих компаний и соцсети организаций.

Полагаем, что именно источники получения информации влияют и на характер событийного повода, и на субъект комментирования. Так, почти в каждой третьей новости событийным поводом становились решения представителей органов власти (обычно губернатора, мэра, судьи) или подведение итогов деятельности ведомства по определенному направлению.

Несмотря на то, что использование комментария в тексте увеличивает его достоверность [8, 11, 12], почти в половине новостей журналисты не используют цитирование, причем это наблюдается именно в рерайт-новостях. Интересно, что во все авторские материалы включены комментарии свидетелей, участников событий или экспертов.

Следует отметить, что в донорских текстах обычно присутствуют цитаты, правда, часто они имеют пиар-оттенок: редко принадлежат участникам событий, чаще всего это комментарий представителя организации, который отмечает значимость события, роль его структуры в достижении результата, общую характеристику. Такие фрагменты без потери смысла можно либо перевести в косвенные высказывания, либо вообще убрать из текста, так как они не несут особой информативности.

Анализ новостного контента показал, что основными способами редактирования донорских текстов при ререйтинге становится сокращение, перевод прямой речи в косвенное высказывание, замена слов (чаще всего замена выражений официально-делового стиля, которыми изобилуют пресс-релизы, на нейтральную лексику; либо включение разговорных конструкций, призванных придать тексту неформальный характер).

Иногда в публикации упоминаются обобщенные источники, свидетели и эксперты без указания фамилий, верифицировать которых невозможно, причем информация, которая им приписывается, не обладает эксклюзивностью и могла быть следствием умозаключений и выводов автора (*«в средствах массовой информации и социальных сетях циркулируют разнообразные предположения...»*, *«жители негодуют...»*, *«новосибирские спасатели рассказали о страшном ДТП...»*). Полагаем, что подобные «источники» появляются не только для того, чтобы усилить ощущение достоверности информации, но и чтобы подчеркнуть близость к аудитории: мы пишем о случившемся не только по данным официальных ведомств, но и учитываем мнение обычных горожан.

К. В. Маркелов, Е. Б. Громова, Н. Р. Нафиев, ссылаясь на исследование А. В. Колесниченко [13], констатируют доминирование негативных новостей в медийном пространстве федерального уровня и называют негативную новость мощным средством воздействия на массовое и индивидуальное сознание в условиях информационных войн [14]. Однако на региональном уровне мы видим лишь отголоски подобных нарративов, которые выражаются в использовании новостей всероссийского уровня: по 2–4 новости в каждом из проанализированных СМИ были ререйтами федеральных изданий и информа-

гентств на тему российско-американских отношений, событий в районе СВО и жертв этого конфликта, причем без привязки к местным реалиям или жителям Новосибирской области. Эти сообщения, действительно, имели очевидный негативный тон, содержали шокирующие факты, явно имели целью формирование определенного отношения к описываемым событиям и не коррелировали с остальной информационной повесткой региональных медиа.

Только каждая третья новость новосибирских СМИ – негативная, что связано с тематикой: происшествия, аварии, антимигрантские рейды, акции по выявлению незаконных объектов торговли. Кроме того, среди них встречаются авторские корреспонденции.

Большинство материалов в проанализированных нами новостных порталах имеет позитивный характер («Атас.инфо» – 50 %, «СибФМ» – 59 %, «НГС» – 55 %), среди них преобладают рерайт-новости, транслируемые с подачи органов власти, общественных и коммерческих организаций. В этом мы видим проявление пиар-дискурса, о котором подробнее скажем ниже.

В критерии проведенного контент-анализа входили качества новости: значимость события, масштабность, наличие конфликта, необычность, персонификация. Выделяя их, мы опирались на классификации А. В. Колесниченко [15] и О. Р. Лащук [8]. Причем предполагали, что региональный характер анализируемого контента должен обуславливать высокую частотность персонифицированных новостей (наличие героя, описание жизненных обстоятельств, интересных читателям) и, напротив, минимальное количество новостей «масштабных». И если вторая часть гипотезы подтвердилась (таких новостей не более 15 %), то персонифицированных событий было еще меньше («Атас.инфо» – 3 %, «СибФМ» – 5 %, «НГС» благодаря авторским материалам – 12,5 %). Полагаем, этот факт можно объяснить тем, что подобный подход к раскрытию темы требует от автора дополнительных усилий и больших временных затрат: на поиск героя и общение с ним, использование дополнительных источников информации, чтобы частная история могла приобрести характер социальной, особое выстраивание композиции и т. д. Пресс-релизы очень редко персонифицированы, так как их главная задача – показать роль организации или ее руководителя, а не конкретного участника в событии. В результате регио-

нальные новостные СМИ в большинстве своем не акцентируют внимание на интересных подробностях, не раскрывают событие или проблему «через человека» и упускают возможность сделать текст более понятным и близким аудитории.

Привлечь внимание читателей новосибирские медиа пытаются иными способами, отбирая новости по принципу значимости (от 33 до 48 % новостей), необычности события (от 16 до 27 %) и наличия конфликта (от 13 до 20 %).

Кроме того, в региональных новостях велика роль заголовков, которые, по справедливому утверждению А. Р. Сафина, выполняют сразу две функции – информационного маркетинга и оптимизации поиска информации [16, с. 227].

Для выполнения последнего условия в названиях большинства новостей используются слова-геотеги: «Новосибирск», «Новосибирская область», «новосибирцы», «жители Новосибирска» и т. п. Использование цифр в заголовке, с одной стороны, создает дополнительные преимущества для попадания в топ поисковых систем, с другой – считается способом привлечения внимания аудитории («Космонавт Кикина из Новосибирска провисела 23 минуты на столбе в шоу “Титаны”»; «В Новосибирскую область приехали 8 тысяч иностранцев»).

Информационная функция реализуется практически во всех заголовках благодаря использованию предикативной формы, позволяющей обозначить событийный повод. Иногда журналисты пытаются в названии создать интригу за счет утрирования, преувеличения масштабов происходящего, искусственного обострения ситуации («**Вскрылись** популярные профессии в колониях Новосибирска для осужденных»; «Новосибирск **накрывает** волной теплого воздуха», «“Залили перцем”: в Новосибирске **разлетелись** кадры конфликта в кафе – с повара **требовали** блины с **неприличной** начинкой», «Новосибирские спасатели рассказали о **страшном** ДТП в Бердске, где 45-летнего водителя зажало в иномарке»).

Можно в региональных онлайн-СМИ встретить и примеры заголовков, обманывающих ожидания, кликбейтов («*Жителям Новосибирска рассказали, как переехать и не платить штраф*» – это заголовок к новости про обсуждение депутатами Госдумы предложения поднять штрафы за переезд, если военкомат не был уведомлен о

смене места жительства человека. Ответа на вопрос «как не платить» в материале нет. «17 марта новосибирцы зафиксировали сбои в работе YouTube» – заголовок новости, далее идет лид: «Число жалоб на сбои не является рекордным, скорее напротив, их было минимальное количество». Заголовок «Более 600 домов остались без электричества в Новосибирске», далее в тексте: «Большинство отключений – плановые, из-за ремонта распределительного сетевого оборудования. Из-за аварий остались без электричества только 24 дома в районе улицы Выборной»).

При таком обилии новостей, тем более неавторских, очень сложно к каждому тексту подобрать хороший снимок, поэтому от 40 до 60 % текстов сопровождаются атрибутивными фотографиями, которые О. Р. Лащук называет «балластными» [17]. Встретились при анализе иллюстрации, созданные нейросетями, с указанием названия программы ИИ. Считаем, что эта тенденция в дальнейшем будет только усиливаться.

Что касается использования видеоматериалов, то такой дополнительный контент встретился в двух анализируемых СМИ, однако он тоже заимствован: обычно это были съемки пресс-служб или файлы из социальных сетей городских сообществ.

Таким образом, можем сказать, что главная цель сотрудников отделов новостей региональных СМИ – публикация максимального числа материалов. Такая стратегия направлена на получение большого числа заходов на сайт, что в результате подается рекламодателям как конкурентное преимущество. Достижения такой информационной насыщенности невозможно без использования ререйтинга. Однако замена журналистского контента заимствованным негативно сказывается на качестве транслируемой информации, лишает во многом СМИ функциональной самостоятельности и искажает событийную повестку.

Чтобы детально показать, как журналисты региональных СМИ работают с донорскими текстами пресс-службы органов власти, автором данной статьи был проведен структурный и дискурс-анализ новостей, созданных на основе одного событийного повода – отчета мэра Новосибирска перед депутатами горсовета. Эмпирическую базу этой части исследования составили 20 текстов, опубликованных в

19 региональных медиа. Текстами-донорами для большинства из них стали: презентация мэра, опубликованная на сайте мэрии города Новосибирска, комментарий мэра по поводу отчетного выступления перед депутатами с отчетом в его телеграм-канале и основной источник – пресс-релиз мэрии [18], текстовые особенности которого необходимо охарактеризовать отдельно.

Структурно он состоит из названия *«Депутаты единодушно одобрили работу мэра и городской администрации в 2024 году»*, в котором выражена и тема, и идея. В лиде характеризуются достижения мэрии и содержится событийный повод – отчет градоначальника. Далее комментарии мэра, главы горсовета, одного из депутатов горсовета, затем выдержки из выступления, иногда поданные в косвенной форме, иногда как прямая речь мэра.

Пресс-релиз написан в жанровой форме прямого отчета, в нем прочитывается очевидная идея (город при новом мэре «достиг рекордных показателей») – с этой фразы и начинается материал), которая на лексическом и смысловом уровнях реализуется разными способами. Прежде всего, идея поддерживается оценочными высказываниями, включенными в цитаты (*«высокая оценка команде»*, *«команда мэра быстро включилась в работу»*) и в основное повествование (*«существенно увеличились собственные доходы»*, *«значительные суммы привлекаются»*, *«беспрецедентный объем»*, *«знаковые объекты»*, *«ощутимый результат»*). Эти характеристики преимущественно не подкрепляются аргументацией. Можно предположить, что именно поэтому эти фразы после ререйт-редактирования были сохранены в большинстве текстов СМИ, ведь если бы оценки были подтверждены фактурой, то журналисты могли выбирать и, например, сохранить в новостях фактическую часть сообщения, убрав оценочную.

Е. Б. Громова одним из признаков «информационного пиар-сопровождения» телевизионных новостей называет позитивность, бесконфликтность, однозначность материалов, которые проявляются в том числе в использовании «оценочных определений со значением превосходного качества, накоплением позитивных характеристик в тексте сюжета: *«самый большой»*, *«самый современный»*, *«самый мощный»*, уникальный, единственный и т. д.» [19, с. 342–343]. Теми же

качествами обладают и многие рерайт-тексты новосибирских СМИ. К примеру, из 20 материалов об отчете мэра Новосибирска в 18 отражается максимально положительная оценка его деятельности без попытки критически или аналитически оценить высказывания, а в 11 из этих материалов, которые, по сути, являются поверхностными рерайт-текстами, сохранились лексические особенности донорского пресс-релиза: оценочные позитивные характеристики, фразы-пустышки, не несущие уникальной оценочной или фактической информации («*много сделано, но многое еще предстоит сделать*»), канцеляризмы и стилистические штампы («*обеспечивается индивидуальный подход*», «*сохраняет высокие темпы ввода жилья*», «*буду ставить задачу изыскать возможность укомплектовать*»), лексические повторы.

В донорском пресс-релизе, как и в большинстве журналистских публикаций, отсутствуют проблемные факты по поводу социально-экономического положения Новосибирска, однако некоторые отрасли городского хозяйства характеризуются как развивающиеся, следовательно, имеющие перспективы еще большего роста. При этом не указываются конкретные способы достижения этого улучшения, они подменяются формальными организаторскими мерами: «*Для того чтобы полностью укомплектовать парки ДЭУ техникой, нужно докупить еще 80 единиц. Предлагаем совместно разработать программу на ближайшие два года объемом инвестиций около 1 млрд рублей, чтобы каждый год приобретать по 40 единиц*». «*Перед профильным департаментом буду ставить задачу изыскать возможность укомплектовать троллейбусный парк новым подвижным составом до 100 %. Выполнение этой задачи требует больших вложений, около 2 млрд рублей. Предлагаю рассмотреть возможность создания трёхлетней программы, чтобы каждый год приобретать примерно по 20 единиц*»).

Среди изменений, которым подвергся пресс-релиз в процессе рерайтинга, доминировало сокращение (убирались некоторые аспекты отчета, комментариев депутата), изменялись заголовки и лидер-абзац, правда, с сохранением смыслов донорского материала, менялись местами абзацы, были упрощены некоторые грамматические конструкции. Несколько СМИ (ks.online, «Новая Сибирь», «СибФМ», «АиФ», «МК-Новосибирск», BFM) добавили высказывания депутатов, при-

существовавших на отчете, которые, однако, были в том же риторическом ключе, что и в донорском материале, и особой информативностью не отличались, но влияли на повышение доли уникальности текста, что важно для отбора поисковыми системами. Медиа, имеющие привязку к конкретной территории («Навигатор» и «Родные берега» – СМИ Советского района города), отбирали преимущественно факты, интересные для своей целевой аудитории.

Остановимся на четырех текстах, в которых использовался глубокий ререйтинг. Текст Infopro54 [20] можно поделить на две части: первая – это списочное изложение основных достижений мэрии; вторая – поручения, сделанные депутатами мэру, также в форме списка. Отметим, что вторая часть полностью уникальна, вероятно, журналисты после отчета обращались в горсовет для получения обобщенной информации. Этот текст также имеет максимально положительную тональность, но она выражается не на лексическом уровне, а через подбор фактов.

Донорским текстом новости, опубликованной на сайте «Прецедент» [21], скорее всего, была презентация, представленная депутатам, так как в этой новости использованы факты, которые не отражены в пресс-релизе. В тексте обзорно перечислены основные направления отчета с выделением приоритетов. Акцент сделан на ремонте дорог и транспортной инфраструктуре, так как эти области сопровождаются цифровыми показателями, положительная оценка деятельности мэра со ссылкой на депутатов дается только в последних двух предложениях материала. В целом новость написана в нейтральном ключе со сдержанными интонациями.

Журналисты «НГС» [22] из всего доклада мэра выбрали только факты, касающиеся метрополитена, а само выступление градоначальника перед депутатами в этом материале обозначено только как источник информации. Основу текста составляет пересказ фрагментов выступления мэра, который разбавляется пояснением заявлений: *«Максим Кудрявцев не уточнил, о каких именно станциях идет речь (ранее было сказано, что планируют построить две новые станции). Вероятно, глава города подразумевал продление Дзержинской линии от станции “Золотая Нива” до новых “Гусинобродской” и “Молодежной”, а также строительство метродепо “Волочаевская”.*

«НГС» направил запрос в пресс-центр мэрии». В этом фрагменте есть попытка критического осмысления информации, ее уточнения и прояснения, а также подчеркивается значимость для редакции конкретизации данных, что проявляется в запросе. Кстати, контент-анализ новостей «НГС» также показал, что это СМИ, единственное среди изученных, активно работает с запросами.

Наибольшей переработке подвергся отчет мэра в версии сайта «СибНово» [23]. Этот текст больше всего соответствует критериям авторского ререйтинга. Начинается материал с информации о кадровых изменениях, которые произошли с приходом нового мэра в 2024 г. Для журналистов это информация известная, однако для жителей, которые не следят за событийной повесткой или могут не придавать большого значения структурным изменениям в администрации города, такой зачин может иметь новизну. Очевидно, такой подход уникален на фоне подачи информации другими медиа.

Далее автор характеризует выступление мэра, поясняя и проясняя некоторые показатели: *«Очевидно, стало больше вложений в городскую инфраструктуру. Отчет в рублях с учетом строительной инфляции не слишком информативен, но выросли и физические показатели»*. В тексте два раза используется сравнение, например: *«Если в 2023 году отремонтировали 68 км дорог, то в 2024 почти в два раза больше – 115 км»*. Такого не было в других материалах на эту тему, сравнение позволяет аргументированно говорить о динамике процессов.

Если в базовом пресс-релизе просто говорится о принципиальном изменении подходов к уборке территорий и про переход учреждений по обслуживанию дорог в подчинение глав районных администраций, то в новости «СибНово» объясняется суть этих нововведений: *«Это крайне положительное изменение, потому что теперь разделены функции ответственного за уборку (районные администрации) и контролера качества уборки (Департамент транспорта). Раньше Дептранс сам убирал и сам себя проверял. С известным результатом»*. В этом фрагменте используется авторская оценка, метонимия, упрощающая понимание ситуации, и завуалированная оценка – намек на коррупционные возможности старой схемы взаимоотношений.

Упрощенный синтаксис и лексика, использование разговорных слов делают официальный отчет более понятным для читателей. Это утверждение можно проиллюстрировать следующим фрагментом: *«Отдельно было сказано о критическом состоянии системы тепло-снабжения Новосибирска, хотя мэрия Новосибирска здесь несет лишь косвенную ответственность, основной оператор трубопроводов – СГК. Но в случае масштабной аварии **отдуваются** все. И здесь честное признание проблемы – большой шаг к ее решению»*. Здесь важны не только лексико-грамматические показатели, но и содержательные: автор отмечает проблему в системе ЖКХ города, которая, видимо, была озвучена мэром в выступлении, но не была отражена в пресс-релизе и в материалах других СМИ.

Автор текста проявляет свою экспертность через включение фоновых знаний, оценку происходящего, иронию и прогнозирование: *«В жилищном строительстве Новосибирск в 2024 показал высокие результаты (хотя и чуть ниже, чем в рекордных 2021 и 2023 годах). Однако, как мы понимаем, в 2025 году эти результаты вряд ли удастся повторить – на строительном рынке очередной кризис»; «Отметим, что в программе Максима Кудрявцева, которую он представлял депутатам горсовета в момент своего избрания, был пункт про создание структуры квартальных инспекторов, которые каждый день обходят свои кварталы, фиксируют нарушения и добиваются их устранения. В отчете за 2024 год про них не было сказано. SibNOVO надеется, что они остаются в планах мэра, и им найдется место в следующих отчётах о работе, поскольку мы считаем эти пункты очень важными»*. Такой подход, полагаем, направлен на реализацию функции контроля СМИ и увеличение доверия аудитории.

Таким образом, пример материала «СибНово» демонстрирует, как с минимальными временными усилиями, без обращения к дополнительным источникам информации, а только используя фоновые знания и сильнее изменяя грамматический строй текста, можно создать авторский материал, который будет обладать большей ясностью и информативностью, чем текст-донор, и, вероятно, вызовет большую реакцию у читателей.

В результате исследования новостей региональных СМИ можно сделать вывод о приоритете экономического фактора. Сегодня редак-

ции монетизируют количественные показатели просмотров контента и заходов на сайт: чем больше публикаций, тем выше статистика. Экстенсивная модель работы с новостным контентом эффективно реализуется благодаря рейтингу.

Рейт-тексты так же, как и авторские журналистские материалы, можно дифференцировать с точки зрения качества работы с информацией, учитывая разнообразие текстов-доноров, глубину редактирования данных и стилистическую обработку, привлечение дополнительных источников, возможность аргументированно характеризовать данные. Анализ новостей новосибирских медиапорталов показал, что сотрудники редакций преимущественно используют ограниченный набор типов донорских текстов, чаще всего ими становятся пресс-релизы органов власти и материалы других СМИ. Слабо работают региональные редакции, например, с социальными сетями общественных деятелей, НКО, соцучреждений и т. д. И такое положение не только влияет на содержательный фон публикаций, на широту и полноту новостной картины дня, но и на самостоятельность проводимой СМИ редакционной политики, о чем также пишут С. Е. Маржецкий [6], О. А. Кузина [24] и К. В. Маркелов [14].

Для профессиональных журналистов очевидно, что источник информации влияет на идейно-содержательное наполнение публикации. Выбор источников – это ключевой этап творческого процесса, определяющий во многом рабочую идею материала, когда автор понимает, какую информацию он может получить, какие вопросы ему надо задать спикеру, какую точку наблюдения выбрать, как оформить запрос и т. д. При рейтинге эта важнейшая часть работы над текстом отсутствует: у журналиста есть определенный объем информации, расширить его он может, только обратившись к дополнительным источникам. В связи с этим неудивительно, что основными методами рейтинга региональных новостных медиа становятся те, которые можно использовать с минимальными временными потерями: сокращение, композиционное перестроение, стилистическое упрощение.

Увеличение уникальности новости за счет привлечения дополнительных источников, наращивание фактуры, включение информации, которая бы подтверждала или, напротив, сообщала о противоречиях – редкая практика, так как все эти приемы увеличивают время работы

над текстом и, в результате, будут приводить к уменьшению совокупного количества новостей в ленте за день. Кроме того, эти методы требуют высокой квалификации журналиста-ререйтера и нацеленности на критическое осмысление первоначальной информации. И в достижении этих задач, как нам представляется, ведущая роль принадлежит руководству редакций СМИ. Однако на данный момент нет никаких предпосылок, которые бы позволяли рассчитывать на изменение ситуации. Более того, известны факты, когда сотрудники новостных отделов используют нейросети для ререйтинга, что еще больше экономит время на обработке информации и способствует увеличению количества новостей. Полагаем, что в дальнейшем эта практика будет только расширяться.

Что касается восприятия аудитории, то эта проблема требует отдельного исследования. Однако стабильные показатели аудиторного внимания к региональным новостям при минимальной глубине вовлечения свидетельствуют об укреплении новой нормы чтения новостей: по заголовкам. Пользователи, не понимая, как происходит процесс формирования новостной ленты, не могут оценить уникальность или качество предлагаемой новости, но, видимо, и не ожидают от новостных редакций ничего, кроме регулярной и обильной публикации текстов, которая создает иллюзию полноты событийной картины дня.

Список источников

1. *Амзин А. А.* Новостная интернет-журналистика : учеб. пособие для вузов. М. : Аспект Пресс, 2011. 142 с.
2. *Колоев А. С.* Ререйт как новое явление в современной журналистике // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Сер. 9. 2012. № 1. С. 221–226.
3. *Тюкова Д. Н.* Считать ли ререйтинг «Концом журналистики»: мнения исследователей // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2014. № 12 (134). С. 162–167.
4. *Костенко Е. В.* Копирайтинг и ререйтинг в сетевых СМИ: новые виды журналистики? // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2014. № 1. С. 110–113.
5. *Лацук О. Р.* Rewriting: обработка текста по-новому // Журналистика и культура русской речи. 2005. № 1. С. 25–29.
6. *Маржецкий С. Е.* Авторский ререйтинг как технология создания публицистического текста // Челябинский гуманитарий. 2021. № 1 (54). С. 55–62.

7. *Jakobs E.-M.* Reproductive writing – writing from sources // *Journal of Pragmatics*. 2003. Vol. 35 (6). P. 893–906.
8. *Лацук О. Р.* Редактирование информационных сообщений : учеб. пособие для студентов вузов. М. : Аспект Пресс, 2004. 159 с.
9. *Агамян Е. Ю., Кислая Л. Н.* Деятельность корреспондентов региональных СМИ в эпоху постжурналистики // *Коммуникативная культура: история и современность* : Материалы XI Междунар. науч.-практ. конф., Новосибирск, 29 октября 2021 г. Часть 1. Новосибирск : НГУ. 2021. С. 112–117.
10. *Павлова Л. Н., Аргылов Н. А.* Новостная журналистика: практика подмены функций // *Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика*. 2021. № 1. С. 132–241.
11. *Коньков В. И.* Речевая структура газетных жанров : Учеб. пособие. СПб. : Роза мира, 2004. 221 с.
12. *Сокрута Е. Ю.* Нарративные характеристики новостного дискурса в эпоху новой медийности // *Новый филологический вестник*. 2018. № 2 (45). С. 39–46.
13. *Колесниченко А. В.* Критерии отбора новостей в современных российских СМИ // *Медиаскоп*. 2018. № 3. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/2467> (дата обращения: 01.02.2025).
14. *Маркелов К. В., Громова Е. Б., Нафиева Н. Р.* Негативная новость на центральных телеканалах России и Украины: общее и специфическое // *Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика*. 2019. № 3. С. 521–532.
15. *Колесниченко А. В.* Настольная книга журналиста : учебное пособие. М. : Аспект Пресс, 2013. 344 с.
16. *Сафина А. Р.* Особенности жанров интернет-СМИ // *Известия Самарского научного центра РАН*. 2013. № 2–1. С. 226–229.
17. *Лацук О. Р.* Фактологические ошибки в рерайтерских новостных сообщениях (на примере материалов агентств Newsru.com и Lenta.ru) // *Вестник КГУ*. 2013. № 6. С. 116–119.
18. Депутаты единодушно одобрили работу мэра и городской администрации за 2024 год // Официальный сайт города Новосибирска. 2025. 12 февр. [Электронный ресурс]. URL: <https://novo-sibirsk.ru/news/418889/> (дата обращения 13.02.2025).
19. *Громова Е. Б.* Чудо или Чудовище? Проблема доминирования институциональной коммуникации в региональных телевизионных новостях // *Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика*. 2020. № 2. С. 341–350.
20. *Данилова Ю.* Депутаты единогласно приняли первый отчет мэра Новосибирска Максима Кудрявцева // *Infopro54.ru*. 2025. 12 февр. [Электронный ресурс]. URL: <https://infopro54.ru/news/deputaty-edinoglasno-prinyali-pervyj-otchet-mera-novosibirska-maksima-kudryavceva/> (дата обращения: 13.02.2025).
21. *Луднов И.* Мэр Кудрявцев отчитался перед Горсоветом Новосибирска по итогам 2024 года // *Прецедент*. 2025. 12 февр. [Электронный ресурс]. URL: <https://precedent.tv/article/72038> (дата обращения: 13.02.2025).

22. Горячева Е. Две новые станции и депо: власти Новосибирска хотят объявить конкурс на проектирование метро // НГС. 2025. 12 февр. [Электронный ресурс]. URL: <https://ngs.ru/text/transport/2025/02/12/75096572/> (дата обращения: 13.02.2025).
23. Отчет мэра Новосибирска за 2024 год. Самое главное // SibNovo. 2025. 12 февр. [Электронный ресурс]. URL: https://sibnovo.info/articles/razvitie/otchyeta_mera_novosibirska_za_2024_god_samoe_glavnoe/ (дата обращения: 13.02.2025).
24. Кузина О. А. Идеологемоцентрическое построение новостных текстов // Черноморская конференция-2019: Сборник материалов III Черноморской междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М.В. Ломоносова, Севастополь, 20–22 июня 2019 г. Севастополь, 2019. С. 51–52.

References

1. Amzin, A.A. (2011) *Novostnaya internet-zhurnalistika* [Online news journalism]. Moscow: Aspekt Press.
2. Koloev, A.S. (2012) Rerait kak novoe yavlenie v sovremennoy zhurnalistike [Rewriting as a new phenomenon in modern journalism]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 9. 1*. pp. 221–226.
3. Tiukova, D.N. (2014) Schitat' li reraiting "Kontsom zhurnalistiki": mneniya issledovatelei [Should rewriting be considered the "end of journalism"? Researchers' opinions]. *Vestnik RGGU. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya. 12 (134)*. pp. 162–167.
4. Kostenko, E.V. (2014) Kopiraiting i reraiting v setevykh SMI: novye vidy zhurnalistiki? [Copywriting and rewriting in online media: New types of journalism?]. *Izvestiya Saratovsk State University. Novaya seriya. Seriya Filologiya. Zhurnalistika. 1*. pp. 110–113.
5. Lashchuk, O.R. (2005) Rewriting: obrabotka teksta po-novomu [Rewriting: Text processing in a new way]. *Zhurnalistika i kul'tura russkoy rechi. 1*. pp. 25–29.
6. Marzhetskiy, S.E. (2021) Avtorskiy reraiting kak tekhnologiya sozdaniya publitsisticheskogo teksta [Authorial rewriting as a technology for creating journalistic text]. *Chelyabinskiy gumanitarniy. 1 (54)*. pp. 55–62.
7. Jakobs, E.-M. (2003) Reproductive writing – writing from sources. *Journal of Pragmatics. 35 (6)*. pp. 893–906.
8. Lashchuk, O.R. (2004) *Redaktirovanie informatsionnykh soobshcheniy* [Editing news messages]. Textbook for university students. Moscow: Aspekt Press.
9. Agamyan, E.Yu. & Kislaya, L.N. (2021) [The work of regional media correspondents in the era of post-journalism]. In: *Kommunikativnaya kul'tura: istoriya i sovremennost'* [Communicative culture: History and modernity]. Proceedings of the XI International Conference. Novosibirsk, 29 October 2021. Part 1. Novosibirsk: NSU. pp. 112–117. (In Russian).

10. Pavlova, L.N. & Argylov, N.A. (2021) Novostnaya zhurnalistika: praktika podmeny funktsiy [News journalism: The practice of substituting functions]. *Vestnik RUDN. Seriya: Literaturovedenie, zhurnalistika*. 1. pp. 132–241.
11. Kon'kov, V.I. (2004) *Recheyaya struktura gazetnykh zhanrov* [Speech structure of newspaper genres]. Textbook. Saint Petersburg: Roza mira.
12. Sokruta, E.Yu. (2018) Narrativnye kharakteristiki novostnogo diskursa v epokhu novoy medial'nosti [Narrative characteristics of news discourse in the era of new mediality]. *Novyy filologicheskyy vestnik*. 2 (45). pp. 39–46.
13. Kolesnichenko, A.V. (2018) Kriterii otbora novostey v sovremennykh rossiyskikh SMI [News selection criterya in modern Russian media]. *Mediascope*. 3. [Online] Available from: <http://www.mediascope.ru/2467> (Accessed: 01.02.2025).
14. Markelov, K.V., Gromova, E.B. & Nafieva, N.R. (2019) Negativnaya novost' na tsentral'nykh telekanalakh Rossii i Ukrainy: obshchee i spetsificheskoe [Negative news on central TV channels in Russia and Ukraine: The common and specific]. *Vestnik RUDN. Seriya: Literaturovedenie, zhurnalistika*. 3. pp. 521–532.
15. Kolesnichenko, A.V. (2013) *Nastol'naya kniga zhurnalista* [Journalist's handbook]. Textbook. Moscow: Aspekt Press.
16. Safina, A.R. (2013) Osobennosti zhanrov internet-SMI [Genre features of online media]. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra RAN*. 2-1. pp. 226–229.
17. Lashchuk, O.R. (2013) Faktologicheskie oshibki v reraiterskikh novostnykh soobshcheniyakh (na primere materialov agentstv Newsru.com i Lenta.ru) [Factual errors in rewritten news reports (based on materials from Newsru.com and Lenta.ru)]. *Vestnik KGU*. 6. pp. 116–119.
18. Novosibirsk.ru. (2025) *Deputaty edinodushno odobrili rabotu mera i gorodskoy administratsii za 2024 god* [Deputies unanimously approved the work of the mayor and city administration for 2024]. [Online] Available from: <https://novo-sibirsk.ru/news/418889/> (Accessed: 13.02.2025).
19. Gromova, E.B. (2020) Chudo ili Chudovishche? Problema dominirovaniya institutsional'noy kommunikatsii v regional'nykh televizionnykh novostyakh [Miracle or Monster? The problem of institutional communication dominance in regional TV news]. *Vestnik RUDN. Seriya: Literaturovedenie, zhurnalistika*. 2. pp. 341–350.
20. Danilova, Yu. (2025) *Deputaty edinoglasno prinyali pervyy otchet mera Novosibirskaya Maksima Kudryavtseva* [Deputies unanimously approved the first report of Novosibirsk Mayor Maksim Kudryavtsev]. [Online] Available from: <https://infopro54.ru/news/deputaty-edinoglasno-prinyali-pervyy-otchet-mera-novosibirskaya-maksima-kudryavtseva/> (Accessed: 13.02.2025).
21. Ludnov, I. (2025) *Mer Kudryavtsev otchitalsya pered Gorsovetom Novosibirskaya po itogam 2024 goda* [Mayor Kudryavtsev reported to the Novosibirsk City Council on the results of 2024]. [Online] Available from: <https://precedent.tv/article/72038> (Accessed: 13.02.2025).
22. Goryacheva, E. (2025) *Dve novye stantsii i depo: vlasti Novosibirskaya khotyat ob'yavit' konkurs na proektirovanie metro* [Two new stations and a depot: Novo-

- sibirsk authorities want to announce a competition for metro design]. [Online] Available from: <https://ngs.ru/text/transport/2025/02/12/75096572/> (Accessed: 13.02.2025).
23. SibNovo. (2025) *Otchet mera Novosibirska za 2024 god. Samoe glavnoe* [Report of the Novosibirsk mayor for 2024. The most important]. [Online] Available from: https://sibnovo.info/articles/razvitie/otchet_mera_novosibirska_za_2024_god_samoe_glavnoe/ (Accessed: 13.02.2025).
24. Kuzina, O.A. (2019) [Ideologeme-centric construction of news texts]. *Chernomorskaya konferentsiya-2019* [Black Sea Conference-2019]. Proceedings of the III Black Sea International Conference of Lomonosov Moscow State University. Sevastopol, 20–22 June 2019. Sevastopol. pp. 51–52. (In Russian).

Сведения об авторе:

Кислая Лилия Николаевна – канд. филол. наук, доцент кафедры журналистики Новосибирского государственного педагогического университета (Новосибирск, Россия). E-mail: Liliya12@yandex.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Liliya N. Kislaya, Cand. Sci. (Philology), associate professor, Novosibirsk State Pedagogical University (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: Liliya12@yandex.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 12.04.2025;
одобрена после рецензирования 16.05.2025; принята к публикации 09.06.2025*

*The article was submitted 12.04.2025;
approved after reviewing 16.05.2025; accepted for publication 09.06.2025*