**Аннотация выпускной квалификационной работы
Шпаковой Ирины Александровны
«ПРИНЦИПЫ ОТБОРА ИНФОРМАЦИИ В КОНВЕРГЕНТНОМ МЕДИАПРОЕКТЕ»
 Н. рук. – Бодрунова Светлана Сергеевна, доктор полит. наук, доцент**

**Кафедра медиадизайна и информационных технологий**

**Очная форма обучения**

В данной работе анализируются принципы отбора медиаконтента для современных медиа в связи с трансформацией системы СМИ в России, а именно – вследствие появления и развития конвергентных медиа. В работе приводится краткое описание уже сформировавшихся изменений и рассматриваются самые новые тенденции в преобразовании принципов редакционного выбора контента.

Параллельно с рождением и развитием онлайн-СМИ эволюционирует и сама журналистика, а соответственно и медиаконтент. В последние десятилетия СМИ находятся в непрекращающемся процессе трансформации под влиянием *социальных* (потребности аудитории), *экономических* (монетизация) и *технологических факторов* (внедрение новых IT-инструментов в медиа и в целом развитие web 2.0). Следовательно, в нашей работе мы рассматриваем влияние изменения всех этих трех факторов на контент, в том числе в аспекте его редакционного отбора для разных платформ внутри одной редакции. **Актуальность** работы обусловлена тем, что процесс трансформации российских СМИ остается малоизученным, а соответственно, и принципы отбора контента в конвергентном медиапроекте также остаются неисследованными. **Новизна исследования** состоит в том, что описаны принципы разграничения контента для оффлайновой и онлайновой версии ежедневного издания.

**Объект** исследования – контент в конвергентном медиапроекте, **предмет** – принципы отбора контента в зависимости от формата и технологий его создания.

Цель данной работы – исследовать принципы отбора контента в зависимости от формата на примере данного периодического издания. В соответствии с целью исследования предполагается выполнение следующих **задач**: 1) дать характеристику процессам трансформации и конвергенции СМИ в целом; 2) выявить тенденции изменения медиатекстов и другого контента массмедиа; 3) определить роль формата и аудитории в создании медиатекста; 4) определить, каким образом создается мультимедийный контент в современной редакции; 5) раскрыть специфику его воздействия на читателя в деловом издании.

**Методы исследования:** комплексный анализ теоретического материала, обобщение**,** системный подход. Типологический анализ использовался с целью выявления основных характеристик размещения контента в СМИ. Метод структурно-функционального анализа и мониторинга помогли выявить зависимость контента от формата и принципов подачи. Сравнительный анализ позволил выявить отличия в функционировании интернет-СМИ от традиционных. В качестве **эмпирической базы** использовались материалы сайта «kommersant.ru» и газеты «Коммерсантъ» в период с сентября 2013 по апрель 2016 года.

**Структура работы** обусловлена целями и задачами и состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Положение, выносимое на защиту: взаимосвязь аудитории и формата издания определяет отбор контента на разные платформы: в печатной версии превалируют материалы среднего размера (расширенные заметки и аналитические публикации), в онлайн-версии – либо короткие, либо новые усложненные жанры (облегченные новости и мультимедийные материалы).

*Ключевые слова*: конвергентные медиа, редакционный отбор контента, ежедневное издание, типология СМИ

Abstract of graduation qualification paper

by Irina A. Shpakova

«PRINCIPLES OF CONTENT SELECTION IN CONVERGENT MEDIA PROJECTS»

Scientific supervisor - Svetlana S. Bodrunova, Doct.Sci., Assoc.Prof,

Departments of Media Design and Information Technologies

Full-time major

In this work we analyzed the principles of selection of content with regard to transformation of the mass media system in Russia, and specifically in convergent media. We provide a concise description of the recent changes and consider the arising trends in transformation of content selection in today’s media.

Media content (as well as journalism itself) evolves parallel to the birth and development of tech-based online media. In the last decades, mass media are in continuous process of transformation under impact of social (requirements of audience), economic (monetization) and technological factors (introduction of new IT tools in media and development of Web 2.0). In this regard, in our work we want to consider the influence of all these three factors upon editorial content, including the aspect of editorial selection of media content for various media platforms within one media outlet. The **scientific** **relevance** of our work stems from the fact that the process of transformation of the Russian mass media remains understudied, and the principles of selection of content in the convergent media projects also remain under-explored. The **novelty** of the provided results stems from the fact that we have described the principles of division and/or sharing the content for online and offline versions of a daily media.

The **object** of research is content in a convergent media project; the **subject** is the principles of selection of content depending on the format and principles of its presentation.

The **purpose** of this work is research of the principles of selection of content depending on a format on the example of Kommersant newspaper and its online version.

According to the purpose, the followings research **objectives** were formulated: 1) to characterize to processes of transformation and convergence of mass media; 2) to reveal tendencies of change of media texts and other content of mass media; 3) to define the role of format and audience in creation of media text; 4) to define how multimedia content in modern edition is created; 5) to disclose specifics of its impact on the reader.

**Research methods** we employ are the following. Typological analysis was used for the purpose of detection of the main characteristics of placement of content in mass media. The methods of the structural functional analysis and monitoring helped reveal dependence of content upon format and principles of its presentation. Comparative analysis has allowed to reveal differences in functioning of internet and traditional mass-media. Our **sample** includes materials of the website *kommersant.ru* and the *Kommersant* newspaper within the period of September 2013 to April 2016.

The structure of work includes introduction, two chapters, conclusion, the list of the used literature and an appendix.

The main thesis we claim in our paper is that the inter-relation of audience and format of the edition defines selection of content for different platforms. Today, in the print version, mid-range genres like expanded notes and news analysis prevail, while in the online version we find either short easy-read news or more complicated multimedia genres.

Keywords: convergent media, editorial content selection, daily media, media typology