

Известия Южного федерального университета.
Филологические науки. 2023. Том 27, № 4
ЖУРНАЛИСТИКА

Научная статья

УДК 338.4

ББК 76.0

DOI 10.18522/1995-0640-2023-4-220-229

ЦИФРОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ НОВОСТНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ И ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ НА TRT И RT

Вазир Сафаа Радхи

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Россия

Аннотация. Статья посвящена цифровым возможностям новостного телевидения и путям их реализации на каналах TRT (Türkiye Radyo ve Televizyonu – Турецкий Радио и Телевизионный Первый канал, Турция) и RT (Russia Today – Россия сегодня, Российская Федерация) в аспекте их влияния на изменение языкового оформления сообщений на вербальном и паравербальном уровнях. Изучение основных векторов трансформации новостного телевидения в цифровую эпоху велось с использованием таких методов, как описание, систематизация, критический анализ, контент-анализ, стилистический анализ, дискурс-анализ. Анализ показал, что, превращаясь в гибридную платформу, современные телеканалы претерпевают существенные изменения, затрагивающие, как форматы сбора, систематизации и представления новостного контента, так и представления его зрителям. Отличительными параметрами современного цифрового телевидения являются синдикация и агрегация, вертикальный формат подачи новостей, активное использование видео с пометками, структурированные новостные блоки, рассылки и саммари, визуализация данных. Эти факторы предполагают пересмотр традиционной концепции журналистских жанров и новый подход к формированию информации с учётом изменений языковых и стилистических характеристик, обусловленных новым языком СМИ.

Ключевые слова: *цифровое телевидение, цифровые технологии, визуализация контента, новостные сюжеты, форматы коммуникации*

Для цитирования: *Вазир Сафаа Радхи.* Цифровые возможности новостного телевидения и их реализация на TRT и RT // Известия ЮФУ. Филол. науки. 2023. Т. 27, № 4. С. 220 – 229.

Original article

DIGITAL POSSIBILITIES OF TELEVISION NEWS AND THEIR IMPLEMENTATION ON TRT AND RT

Vazer Safaa Radhi

Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russian Federation

Abstract. The study of the main vectors of the transformation of news television in the digital age showed that, turning into a hybrid platform, modern TV channels are undergoing significant

changes affecting both the formats for collecting, organizing and presenting news content, and presenting it to viewers. The following parameters are distinctive of modern digital television: syndication and aggregation, vertical news feed format, active use of video with notes, structured news blocks, mailing lists and summaries, data visualization. These adjustments and changes involve a revision of the traditional concept of journalistic genres and a new approach to the formation of information through a change in linguistic and stylistic characteristics due to the new language of the media.

Key words: *digital television, digital technologies, content visualization, news stories, communication formats*

For citation: *Vazer Safaa Radhi. Digital Possibilities of Television News and Their Implementation on TRT and RT // Proceedings of Southern Federal University. Philology. 2023. Vol. 27, № 4. P. 220 – 229.*

Введение

Конфигурация сетевого общества как новой структуры, в которой морфология связана с действием [Bourdon, 2000] в рамках социального сценария, характеризующегося современной ликвидностью [Brinkley, 1997] и постоянными изменениями [Caldwell, 1995], питает сложную экосистему, в которой взаимодействуют СМИ и люди [Cleland, 1988]. Гибрид стратегий, разработанных для офлайн-среды, и самых новаторских онлайн-стратегий сосуществует уже несколько десятилетий. Однако в последние годы появились новые журналистские стратегии, а также новые формы подачи информации, которые согласно международным отчетам, таким как «Digital News Report by the Reuters Institute for the Study of Digital Journalism» [Newman 2020] или «The impact of digital platforms on news and journalistic content by the Centre for Media Transition» [Duffy 2020], раскрывают непрерывные изменения в медийной сфере и активное влияние цифровизации на журналистскую практику, что, в свою очередь, оказывает влияние на языковое оформление сообщений.

Актуальность исследования, направленного на изучение цифровых возможностей телевидения и их практической реализации, определяется потребностью осмыслить приобретенные знания и опыт, а также предоставить специалистам актуальный и подробный обзор тенденций, указывающих на будущее журналистики: гибридизация практик [Lewis, 2015]; способы производства и распространения информации [Lugmaut, 2011]; поиск возникающих нарративов и языков [Morse, 1998].

Цель исследования – описать цифровые возможности новостного телевидения и пути их реализации на каналах TRT (Türkiye Radyo ve Televizyonu – Турецкое Радио и Телевизионный Первый канал, Турция) и RT (Russia Today – Россия сегодня, Российская Федерация) в аспекте их влияния на изменение языкового оформления сообщений на вербальном и паравербальном уровнях.

Задачи исследования: описать векторы трансформации новостного телевидения в цифровую эпоху; систематизировать применение цифровых технологий на каналах TRT И RT.**Материалы** исследования: сайт и мобильное приложение новостных каналов TRT И RT.

Методы исследования: описание, систематизация, критический анализ, контент-анализ, стилистический анализ, дискурс-анализ. **Научная новизна** проводимого исследования состоит в том, что в нём впервые на основе сайта и мобильного приложения каналов TRT и RT выделяются и систематизируются уникальные языковые черты, которые сформировались благодаря внедрению цифровых технологий. **Практическая значимость** заключается в том, что представленный в статье материал может быть использован журналистами при организации новостного контента и создании форматов представления новостной информации зрителям с точки зрения достижения максимального коммуникативного успеха.

Трансформация новостного телевидения в цифровую эпоху

Последние годы способствовали большим изменениям в сфере средств массовой информации. Интернет и технологии мобильной связи предоставили потребителям интерактивные цифровые услуги. Телевидение догоняет эту тенденцию благодаря процессу цифровизации. Цифровое телевидение – это гибридная платформа, сочетающая в себе элементы классического аналогового телевидения и Интернета, предоставляющая современные мультимедийные услуги на знакомой платформе. Не будет преувеличением сказать, что цифровое телевидение – это ворота в мир интерактивных цифровых медиа. Однако по мере диверсификации типов услуг и мультимедийного контента, увеличения количества услуг и их контента телевидение сталкивается со многими из тех же проблем сложности и переполнения информацией, с которыми сталкиваются другие цифровые медиа.

Проблемный аспект цифрового телевидения исследователи видят в том, что несмотря на то, что метаданные могут обрабатывать разнообразный контент эффективным и удобным для потребителя способом, они сопровождаются другими данными, которые их описывают. Метаданные могут дать представление о синтаксически и семантически сложных блоках информации, сведя их сущность к набору простых дескрипторов [Lugmaug, 2011]. Метаданные также помогают структурировать информацию и управлять ею в различных условиях. В этой связи использование метаданных в мультимедийном вещании не должно ограничиваться функцией инструмента для решения задач сложной сетевой мультимедийной среды. Вместо этого метаданные открывают новые возможности для развития инновационных услуг.

Современные исследователи уверены в том, что основное преимущество, которое даёт цифровизация, – это возможность визуализации контента [Зурначян, 2020, с. 85]. Интерактивное телевидение было создано как ответ на запрос по предоставлению зрителям расширенных возможностей телевидения. Новейшие технологии меняют привычный формат трансляции новостного контента, что можно проиллюстрировать на примере спутникового сбора новостей (SNG), который был воплощён в ряде способов вещания, полностью изменивших телевизионные новости [Cleland 1988]. С такой точки зрения считалось, например, что растущая доступность спутникового телевидения в

прямом эфире в значительной степени способствовала развитию визуального освещения войны в Персидском заливе, а также профессионального дискурса журналистских репортажей [Zelizer 1992]. Сегодня существуют технологии, которые открывают новые возможности для передачи новостей в прямом эфире, возможно, даже «угрожая» полностью изменить среду телевизионной журналистики [Duffy 2020].

Обсуждая различные значимые свойства прямого телевизионного вещания, Бурдон указывает на то, что ранее понятие «быть в прямом эфире» в первую очередь касалось передачи звуков и изображений событий во время их возникновения [Bourdon, 2000]. Вскоре произошел сдвиг, превративший этот технический аспект в институциональное представление, где интерактивность стала основной формой прямой трансляции. Кодри, однако, подвергает сомнению тот факт, что понятие интерактивности в дебатах по медиаисследованиям часто связано с медиатекстами и сосредоточено на исключительном применении к конкретной медиатехнологии (обычно к телевидению) [Couldry, 2004]. Он полагает, что вопрос об интерактивности зависит от того, является ли это понятие чисто описательным термином, полезность которого зависит от фактов, или категорией. Использование данного термина зависит от его места в более широкой системе или структурированной модели ценностей [Ibid, p. 354]. Таким образом, он указывает, что интерактивность, по сути, заключается в гарантировании определенной потенциальной связи с общими социальными реалиями по мере их возникновения [Ibid., p. 355]. Точка зрения Кодри совпадает с другими попытками ученых с начала 1990-х гг. принизить силу и авторитет интерактивности как уникальной черты телевидения. Морс, обсуждая влияние цифровых технологий на телевидение и другие средства массовой информации, указывает на то, как само понятие интерактивности фактически было скомпрометировано различными методами алгоритмической обработки изображений, которые стирают разницу между тем, что было какое-то время назад и есть в настоящий момент [Morse, 1998]. Колдуэлл рассматривает телевизионную интерактивность как миф, «теоретическую одержимость» [Caldwell, 1995, p. 27], побочный продукт мощной индустрии, в которой доминируют кинематографическая эстетика и технологии цифрового монтажа. Однако в сегодняшнем меняющемся цифровом медиа-пространстве возникли новые конфигурации, в которых социальные акторы, технологические актанты, трудовая деятельность и различные формы аудитории стали взаимосвязанными [Lewis, 2015]. С этой целью, как указывает Эс, в нынешнем разнообразном «живом» медиа-ландшафте медиа-платформы, которые считаются более «живыми», чем другие, различаются по своим схожим элементам (производство/передача/прием).

Филологи отмечают, что широкое распространение интернета обеспечило многочисленные технологические и коммуникационные преимущества традиционным СМИ. Анализируя сетевые издания печатных СМИ, Пабло Бочковски констатирует, что решающими преимуществами цифровизации новостного контента является возможность вовлечения большего числа читателей по всему миру, простота публикации и улучшенное графическое пред-

ставление [Wozzkowski, 2002, p. 273]. Традиционная медиа-аудитория, которая могла бы взять на себя роль читателя, слушателя и (или) зрителя, объединяется во всемирной сети, получая более быструю обратную связь благодаря комментариям, блогам, дискуссионным форумам и социальным сетям [Wajic, 2017, p. 58], которые представляют собой инновационные формы коммуникативных пространств. Новые цифровые медиа характеризуются уникальными языковыми формами, которые отличаются от хорошо известных традиционных медиа вне сети. Кроме того, пользователи социальных сетей способствуют формированию особого вида речи, который отличается фамильярностью и принадлежностью к определенной группе. Так создается так называемая «сетевая речь», которая с учетом её особенностей отличается от речи вне цифрового дискурсивного пространства [Crystal 2011].

Применение цифровых технологий на каналах TRT и RT

TRT и RT – крупные новостные международные каналы. Имея схожую миссию (круглосуточное ежедневное обновление новостей политики, бизнеса, финансов, спорта, науки, культуры, онлайн-репортажи с места событий, комментарии экспертов, актуальные интервью, фото и видео репортажи), данные телеканалы активно используют в своей деятельности цифровые технологии, что позволяет им занимать первые места в рейтинге в своей нише.

Первое, что обращает на себя внимание, – это то, что данные каналы имеют сразу несколько интерактивных форм представления информации широкой аудитории – на сайте и в мобильном приложении. Перечислим основные параметры данных каналов, которые возникли благодаря внедрению цифровых возможностей.

Развитие новых медиа изменило способ размещения и получения информации, а также способ формирования этих сообщений, чему способствовали многочисленные факторы. В самом начале процесса цифровизации СМИ Р. Крейг заметил определенные особенности и закономерности, которые существенно отличают тексты онлайн-медиа от традиционных. Как он утверждает, в традиционной журналистике плоское и неинтересное повествование неприемлемо, тогда как в медиа, где на другой контент можно переключиться только нажатием мыши, о таком традиционном подходе и думать не приходится [Krejg, 2010, p. 125]. Таким образом, это означает, что онлайн-журналистика, прежде всего, стирает резкие жанровые рамки, когда-то установленные традиционными медиа, посредством ряда свойств и правил формирования и доведения до всеобщего сведения той или иной информации. Сегодня журналистам предоставляется большее количество инструментов и опций, которые позволяют им более творчески подходить к созданию и размещению контента в онлайн-среде. Это творчество отражается в самом стиле текстов, который даёт современным журналистам и редакторам возможность выделиться на фоне конкурентов, быть уникальными и таким образом привлечь аудиторию, у которой никогда не было большего выбора в разнообразии медиаконтента. Оперативность, которая всегда была важным фактором в

журналистике, здесь становится решающей, потому что необходимость как можно скорее опубликовать конкретную информацию сильно влияет на то, как эта информация будет оформлена. В основном это отражается на размере текстов; в онлайн-сфере преобладает тенденция информировать максимально лаконично, используя доступный мультимедийный контент. Так, например, сайты традиционных СМИ, публикующие одни и те же тексты и в газетах, и в Интернете, вряд ли будут иметь успех у аудитории.

Принимая все это во внимание, мы понимаем, почему нежелательно копировать традиционные СМИ в существующем виде и размещать в Интернете; наоборот, необходимо разработать новую концепцию и новый стиль, которые будут учитывать как технические возможности, предоставляемые Интернетом, так и потребности пользователя. Так как среднестатистический пресс-релиз слишком велик для размещения на экране, в онлайн-прессе тексты обычно разбиваются на несколько частей и обогащаются ссылками, аудио- и видеоматериалами для большей привлекательности. Принимая во внимание этот параметр, выделим те формы, которые применяются новостными каналами для того, чтобы соответствовать новым тенденциям.

Новостные онлайн-видео становятся все более короткими и все чаще вертикальными, так как они адаптируются под социальные платформы, смартфоны и планшеты. Быстрый рост числа видеороликов от очевидцев реальных событий, снятых на телефон, видео-репортажей известных блогеров продвинул этот формат за рамки традиционных новостных телерепортажей. Видео оказывается наиболее эффективно, когда нужно рассказать визуальную историю и показать, что действительно происходит.

Активно распространяется использование видео с пометками. Этот формат был разработан для того, чтобы хорошо вписывать его в новостные ленты социальных площадок, и рассказывать историю в том числе тогда, когда нет возможности включить звук. Иногда TRT и RT вообще не используют само видео, а готовят на его основе слайдшоу, иногда с эффектами приближения и скольжения по изображению.

Несколько лет назад возник новый дизайнерский тренд: информация представляется в виде карточек по размеру экрана телефона (текст, изображения, видео), которые пролистываются горизонтально (swipe). Сегодня это вылилось в моду на новости в «карточном» формате, который стали мейн-стримом с Snapchat Stories и клонами *Stories.

Инновационный формат представления новостей – это структурированные новостные блоки, из которых можно быстро конструировать материал. TRT и RT имеют структурированное новостное приложение, построенное из блоков, с помощью которых оформляются обновления материалов, факты и цитаты. При этом система распознает поведение пользователя и не показывает ему блоки, которые он уже видел. Некоторые аспекты материала автоматически персонализируются.

TRT и RT используют блог-трансляции – материалы с обратной хронологией с частыми короткими обновлениями. Этот формат используется телеканалами для рассказа о важных событиях в режиме реального времени.

Впервые такой формат TRT и RT стали применять для освещения технических конференций и презентаций, сегодня он используется в срочных новостях и других событиях, где важна информация в режиме реального времени.

Для того чтобы наладить эффективное взаимодействие со своей аудиторией, TRT и RT используют рассылки и саммари – основные новости за день, которые часто оформляются в виде подписки на e-mail. Сегодня краткая подборка главных новостей за день становится популярным форматом контента. Стоит отметить, что такие саммари востребованы из-за переизбытка информации.

Визуализация данных используется для представления статистической и научной информации и осуществляется при помощи графиков, таблиц, интерактивных элементов. Цифровую визуализацию стоит отличать от представления данных в журналистских статьях, как материалов, целиком построенных вокруг данных.

К. Якубович говорит об эволюции коммуникации, утверждая, что следует подумать о новом понимании или новой концепции медиа. Он принимает во внимание две важные характеристики: изменение классических, традиционных медиа и создание новых форм медиа, а также введение новых создателей контента и новых форм, таких как блоги, социальные сети, вики-страницы и т. д. Новые медиа формируют содержимое в цифровом коде, легко перенося его с одной платформы на другую. Переход на цифровой ключ помогает традиционным медиа сохранить свое влияние на медиарынок и символическую вселенную идей. Применяя цифровые технологии, старые СМИ могут использовать преимущества, предоставляемые Интернетом, и обогащать свой контент мультимедийными формами [Jakubowicz, 2009]. Ключевым понятием, относящимся к новым медиа, является конвергенция. Конвергенцию можно рассматривать как процесс, который, по мнению Марка Дёза, происходит на многих различных уровнях, и поэтому мы можем говорить не только о технологической конвергенции, но и о той, которая происходит между публичной и частной сферами, «высокая» и «низкая» культура, индустрия культуры и развлечений, модернистские и постмодернистские взгляды и т. д. Он определяет конвергенцию как объединение существующих технологических устройств с компьютерными сетями, что, в первую очередь, обеспечивается цифровизацией всей информации и форматов [Deuze, 2001, p. 11].

Некоторые свойства не являются форматами сами по себе, но влияют на представление информации. Во-первых, это синдикация и агрегация. В этом случае материал, встраиваясь в ленту сервиса, может потерять контекст, связь с повесткой либо источником. Стоит также отметить режим для чтения, что имеет место в мобильных приложениях. Они улучшают пользовательский опыт, удаляя рекламу, дополнительные блоки и ненужные оформительские элементы.

Заключение

Интерактивность медиа нельзя просто свести к технологическому факту. Это явление требует более целостной концептуализации как формы конструкции, можно говорить об интерактивном продукте между учреждениями, технологиями и пользователями (зрителями).

Широкое распространение цифровых технологий в СМИ полностью изменило модели общения как в частной, так и в публичной сфере. Произшедшие изменения можно увидеть в появлении новых медиа, а также в вызове, который интернет предъявил традиционным средствам коммуникации, его воздействие изменило способы коммуникации, а также создание и распространение контента в инновационных формах. Появляются новые участники, которые вместе с профессиональными журналистами формируют медиaproстранство. В дополнение к этому, они также создают новые виды контента, такие как форумы, блоги и социальные сети. Адаптируясь к цифровым технологиям, традиционные медиа вошли в другой цифровой мир, отличающийся определенными характеристиками, такими как сетевое взаимодействие, интерактивность, гипертекстуальность, одновременность, мобильность, виртуальность, база данных и т. д.

Систематизация цифровых технологий, применяемых на каналах TRT и RT, позволила выделить следующие: вертикальный формат подачи новостей, адаптированных под социальные платформы, смартфоны и планшеты; активное использование видео с пометками; структурированные новостные блоки, из которых можно быстро конструировать материал; блог-трансляции (материалы с обратной хронологией с частыми короткими обновлениями); рассылки и саммари; визуализация данных.

Список источников

Быков Д.В. Телевизионные новости: от информации к развлечению // Вопросы теории и практики журналистики. Химки, 2022. Т. 11, № 3. С. 528–544.

Грабелъников А.А., Гегелова Н.С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики: монография. Тверь, 2019. 334 с.

Зурначян И.А. Влияние современных технологий на визуализацию контента новостных материалов телевидения // Региональные СМИ: пути взаимодействия с аудиторией. Чита, 2020. С. 83–87.

Bajić P. Onlajn štampa: odnosi I zmeđu štampa nihi onlajn izdanja dnevnihnovina // CM: Communication and Media XII (39), 2017. P. 57–82.

Boczkowski P. The development and use of online newspapers: What research tells us and what we might want to know // Lievrouw, L. & Livingstone, S. (eds.), The Handbook of New Media (pp. 270–286), London: Sage, 2002.

Bourdon J. Live Television Is Still Alive: On Television as an Unfulfilled Promise // Media, Culture & Society, 2000. № 22 (5). P. 531–556.

Brinkley J. Defining Vision: The Battle for the Future of Television, Harcourt Brace and Company, New York, 1997.

Caldwell J. T. Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television. NewBrunswick; NJ: Rutgers University Press, 1995. 189 p.

- Carey J. Content And Services For The New Digital TV Environment. Springer, Boston, MA, 1999. DOI https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4971-0_6
- Cleland G. L., Ostroff D. Satellite News Gathering and News Department Operations // *Journalism Quarterly*, 1988. № 65 (4). P. 946–951.
- Couldry N. Liveness, 'Reality', and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone // *The Communication Review*, 2004. № 7 (4). P. 353–361.
- Crystal D. *Internet Linguistics*. London: Routledge, 2011. 512 p.
- Deuze M. *Online Journalism: Modeling the first generation of news media on the World Wide Web, First Monday*, 2001. № 3. 341 p.
- Duffy A., Ling R., Kim N., Tandoc E. News: Mobiles, Mobilities and Their Meeting Points // *Digital Journalism*, 2020. № 8 (1). P. 1–14.
- Jakubowicz K. a new notion of media? // 1st Council of Europe Conference of Ministers responsible for Media and New Communication Services. May, Reykjavik, Council of Europe, 2009. P. 28-29.
- Krejg R. *Online novinarstvo*. Beograd: Clio, 2010. 145 p.
- Lewis S. C., Westlund O. Actors, Actants, Audiences, and Activities in Cross-Media News Work: a Matrix and a Research Agenda // *Digital Journalism*, 2015. № 3 (1). P. 19–37.
- Lugmayr A., Niiranen S., Kalli S. *Digital Interactive TV and Metadata*. Springer New York, NY, 2011. DOI <https://doi.org/10.1007/978-1-4757-3953-4>
- Morse M. *Virtualities Television, Media Art, and Cyberspace*. Bloomington, IN: Indiana University Press, 1998. 216 p.
- Newman N., Fletcher R., Schulz A. *Digital News Report 2020*. Oxford, UK: Reuters Institute: University of Oxford.
- Zelizer B. *About to Die: How News Images Move the Public*. Oxford: Oxford University Press, 2010.

References

- Bajić P. (2017) Online press: the same online editions of the diary. *CM: Communication and Media XII*, no. 39, pp. 57–82.
- Boczkowski P. (2002) The development and use of online newspapers: What research tells us and what we might want to know. In *Lievrouw, L. & Livingstone, S. (eds.), The Handbook of New Media*. London: Sage, pp. 270–286.
- Bourdon J. (2000) Live Television Is Still Alive: On Television as an Unfulfilled Promise. *Media, Culture & Society*, no. 22 (5), pp. 531-556.
- Brinkley J. (1997) *Defining Vision: The Battle for the Future of Television*, Harcourt Brace and Company, New York,
- Bykov D.V. (2022) Television news: from information to entertainment // *Questions of theory and practice of journalism*. Khimki, Vol. 11, no. 3, pp. 528-544. (In Russian).
- Caldwell J. T. (1995) *Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 189 p.
- Carey J. (1999) *Content and Services For The New Digital TV Environment*. Springer, Boston, MA, DOI https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4971-0_6
- Cleland G. L., Ostroff D. (1988) Satellite News Gathering and News Department Operations. *Journalism Quarterly*, no. 65 (4), pp. 946-951.
- Couldry N. (2004) Liveness, 'Reality', and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone. *The Communication Review*, no. 7 (4), pp. 353-361.
- Crystal D. (2011) *Internet Linguistics*. London, Routledge, 512 p.
- Deuze M. (2001) *Online Journalism: Modeling the first generation of news media on the World Wide Web, First Monday*, no. 3, 341 p.

- Duffy A., Ling R., Kim N., Tandoc E. (2020) News:Mobiles, Motilities and Their Meeting Points. *Digital Journalism*, no. 8 (1), pp. 1-14.
- Grabelnikov A.A., Gegelova N.S. (2019) *Screen communication and visualization of journalism: monograph*. Tver, 334 p. (In Russian).
- Jakubowicz K. (2009) a new notion of media? *1st Council of Europe Conference of Ministers responsible for Media and New Communication Services. May, Reykjavik*, Council of Europe, pp. 28-29.
- Krejg R. (2010) *Online novinarstvo*. Beograd: Clio, 145 p.
- Lewis S. C., Westlund O. (2015) Actors, Actants, Audiences, and Activities in Cross-Media News Work: a Matrix and a Research Agenda. *Digital Journalism*, no. 3 (1), pp 19-37.
- Lugmayr A., Niiranen S., Kalli S. (2011) *Digital Interactive TV and Metadata*. Springer New York, NY, DOI <https://doi.org/10.1007/978-1-4757-3953-4>
- Morse M. (1998) *Virtualities Television, Media Art, and Cyberspace*. Bloomington, IN: Indiana University Press, 216 p.
- Newman N., Fletcher R., Schulz A. (2020) *Digital News Report 2020*. Oxford, UK: Reuters Institute: University of Oxford.
- Zelizer B. (2010) *About to Die: How News Images Move the Public*. Oxford: Oxford University Press.
- Zurnachyan I.A. (2020) The influence of modern technologies on the visualization of the content of television news materials. *Regional media: ways to interact with the audience*. Chita, pp. 83-87. (In Russian).

Сведения об авторе

Вазир Сафаа Радхи – аспирант кафедры массовой коммуникации, филологический факультет, safaa.vazer@mail.ru

Information about the Author

Vazer Safaa Radhi – Postgraduate Student of the Department of Mass Communication, Faculty of Philology

Статья поступила в редакцию 03.07.2023; одобрена после рецензирования 22.09.2023; принята к публикации 22.09.2023.

The article was submitted 03.07.2023; approved after reviewing 22.09.2023; accepted for publication 22.09.2023.