

УДК: 070.1

DOI: 10.30628/1994-9529-2026-22.1-179-207

EDN: XKJDJD

Статья получена 01.10.2025, отредактирована 29.12.2025, принята 31.03.2026

КАРИНЭ ВАРДАНОВНА ЧОБАНЯН

Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова
125009, Россия, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1

ResearcherID: OUH-8113-2025

ORCID: 0000-0002-7793-5010

e-mail: chobanyankv@my.msu.ru

Для цитирования

Чобанян К.В. Адаптация телевизионных новостных видеосюжетов в социальных медиа: реакция аудитории (на примере платформы VK) // Наука телевидения. 2026. 22 (1). С. 179–207. DOI: 10.30628/1994-9529-2026-22.1-179-207. EDN: XKJDJD

Адаптация телевизионных новостных видеосюжетов в социальных медиа: реакция аудитории (на примере платформы VK)

Аннотация. В статье представлены результаты второго этапа анализа адаптированных новостных видеосюжетов информационных телеканалов на платформе VK. Адаптированные новостные видеосюжеты в нашем исследовании — титрованные материалы без активного участия журналиста (закадровой начитки и работы в кадре), использующие видеоряд и/или синхроны наряду с фоновой музыкой в качестве основных элементов. Такие сюжеты аудитория способна смотреть без звука, не теряя при этом информационную составляющую. Выборка сформирована из видеопубликаций телеканалов «Россия 24», «360°» и «Москва 24», размещенных в течение двух типовых недель в апреле и в сентябре 2024 года. Основной метод исследования на первом

Published by
Наука
телевидения



и на втором этапах — количественный контент-анализ. Проанализирован отклик аудитории на адаптированные видеосюжеты по критериям просмотра и суммарного количества реакций (лайков, комментариев, репостов). Определены топовые материалы в двух категориях. Выявлен уровень вовлеченности зрителя. Полученные результаты соотнесены с тематикой, хронометражем, эмоциональностью и драматургией видеосюжетов. Сделаны выводы о специфике предпочтений отечественной аудитории — в отличие от наблюдений западных исследователей, хронометраж до минуты и яркий эмоциональный видеоряд в начале сюжета, как показано в статье, не являются решающими факторами для привлечения отечественного потребителя. Можно говорить о более сильном влиянии тематики и драматургии на удержание российского зрителя. Выявлена специфика каждого канала. Обозначена необходимость дальнейших исследований.

Ключевые слова: адаптированный видеосюжет, новостные онлайн-видео, информационные телеканалы, цифровые платформы, VK, реакция аудитории, социальные медиа, титрованные видео, вовлеченность аудитории, драматургические средства

UDC 070.1

DOI: 10.30628/1994-9529-2026-22.1-179-207

EDN: XKJDJD

Received 01.10.2025, revised 29.12.2025, accepted 31.03.2026

KARINE V. CHOBANYAN

Moscow State University

9s1, Mokhovaya, Moscow 125009, Russia

ResearcherID: OUH-8113-2025

ORCID: 0000-0002-7793-5010

e-mail: chobanyankv@my.msu.ru

For citation

Chobanyan, K.V. (2026). Adapted television news packages in social media: audience reaction (using the VK platform as an example). *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 22 (1), 179–207. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2026-22.1-179-207>, <https://elibrary.ru/XKJDJD>

Adapting television news for social media: Audience response patterns on the VK platform

Abstract. The article presents findings from the second stage of a study analyzing adapted news packages from 24-hour television channels on the VK platform. In this research, “adapted news packages” refer to captioned video materials with no voiceover narration or reporter on camera. Instead, they rely on video footage and/or soundbites, accompanied by background music, as their primary elements. Such packages are designed to be viewable without sound while retaining their informational value.

The sample consists of video posts from three Russian 24-hour news channels—Rossiya 24, 360°, and Moskva 24—published during two typical weeks in April and September 2024. Quantitative content analysis served as the primary research method in both stages of the study. Audience response to the adapted news packages was analyzed by measuring views and total reactions (likes, comments, and shares), identifying the most popular content in both categories, and calculating audience engagement rates (ER). These quantitative findings were then correlated with qualitative data from the previous stage, including thematic focus, video duration, emotional tone, and narrative structure. A key conclusion is that the factors driving success for Russian audiences differ from those observed in Western studies. Specifically, a duration under one minute and an emotionally charged opening sequence are not decisive factors for attracting domestic viewers. Instead, thematic relevance and narrative construction demonstrate a stronger correlation with audience retention. The article also outlines channel-specific patterns and identifies directions for further research.

Keywords: adapted news packages, online news video, news TV channels, digital platforms, VK, audience reaction, social media, captioned video, audience engagement, dramatic means

ВВЕДЕНИЕ

Процесс цифровизации, стартовавший в XXI веке, стремительно меняет привычки медиапотребления, а это, в свою очередь, ведет и к трансформации медийного продукта. Е.Л. Вартанова, рассуждая о происходящих изменениях, вводит понятие «медиаметаморфоза» — глубинного преобразования, приводящего «к заметному обновлению медиа и появлению новой сущности с сохранением многих черт, присущих предыдущей форме» (Вартанова, 2023, с. 10).

Под влиянием этих процессов телевидение постепенно сливается с интернетом, а значит, ищет новые формы адаптации своего продукта для онлайн-потребления. Одной из таких форм становится адаптированный видеосюжет — титрованный материал, рассказывающий зрителю историю посредством визуальных элементов (видеоряд, титры, графика) без активного участия журналиста (закадровой начитки и появления в кадре). Такая форма отвечает одной из ключевых привычек цифрового медиапотребления — просмотру видеоконтента без звука.

В зарубежном дискурсе эта форма новостных онлайн-видео упоминается еще в 2016 году в одном из отчетов Института по изучению журналистики Рейтер RISJ. В нем упомянуто, что все больше телеканалов «уходят от традиционных видео с “говорящими головами” и сюжетов в телевизионном стиле» (Kalogeropoulos et al., 2016, p. 42), проанализированы наиболее популярные материалы и выделены критерии, обеспечивающие высокий отклик у аудитории. К их числу авторы отнесли хронометраж (до 60 секунд), активное титрование как форму адаптации под просмотр без звука, мягкую новостную тематику и эмоциональный видеоряд в начале. Еще один отчет Института исследует факторы успеха новостных видео в популярных социальных сетях. Среди необходимых для высокого аудиторного отклика компонентов выделяется титрование, эмоциональный видеоряд, срочность новости, тематическое таргетирование по конкретным платформам и др. (Argila, 2017, p. 37).

В более поздних западных исследованиях продолжается изучение новостных онлайн-видео. В частности, рассмотрены нарративные техники их производства и выяснено, что единого алгоритма пока нет, а техники традиционных печатных СМИ, телеканалов и «цифровых аборигенов» разнятся. При этом наибольшее разнообразие и динамика, а также свой особый стиль, отличный от традиционного производства, представлены у третьей группы (Bock et al, 2023, p. 2843). Необходимо также отметить попытку классификации сегмента онлайн-видео в целом, где титрованные (текстовые) видеосюжеты выделены в отдельную категорию (Weller, 2023).

Запросы и реакция аудитории новостных видео — еще одно направление исследований. В одном из них авторы приходят к предсказуемому выводу о том, что подростки смотрят новостные видео реже, чем взрослая аудитория, но при этом активнее используют второй экран (Lowenstein-Barkai, Lev-on, 2021, p. 78). В другом выявляются критерии оценки новостных видео у аудитории YouTube. Среди них предпосылки восприятия, эмоциональное воздействие, новостные и редакционные стандарты и технические характеристики (Koliska et al, 2021).

Одно из недавних исследований вновь подтверждает более ранний тезис о важности эмоционального видеоряда в начале материала. Авторы сравнивают традиционное производство теленовостей с одной из новейших нарративных структур — аффективной структурой Бэтмена (*Batman Affective Structure*), суть которой состоит в размещении эмоционально напряженного видеоряда в начале и в конце материала (для закрепления эффекта). Результаты проведенного с фокус-группой эксперимента зафиксировали физиологическое возбуждение аудитории в начале и в конце видеосюжетов, в соответствии с эмоциональным видеорядом. Авторы предполагают, что использование *BAS* может привлечь молодую аудиторию с низким интересом к видеонновостям (Corres-Sarría et al, 2025, p. 1109).

В отечественной науке комплексное исследование сегмента онлайн-видео в России представлено в монографии «Онлайн-видео в России: Становление и развитие» (Щепилова и др., 2025). В частности, выявлены характеристики онлайн-видео новостных, развлекательных и универсальных телеканалов, рассмотрена жанрово-форматная структура, предложен обзор исследований в данной области. Отклик аудитории на видеоконтент ведущих российских телеканалов в социальных сетях также исследуется в публикациях Л.А. Кругловой и Г.Г. Щепиловой, где отмечен появившийся у аудитории запрос на новостную повестку (Круглова, Щепилова, 2024, с. 268; Kругlova, Shchepilova, 2025, p. 382).

Адаптация видеоматериалов к социальным сетям в целом рассматривалась и ранее. Так, в процессе анализа жанрового своеобразия на платформах новостных телеканалов в социальных сетях уже выделялась категория адаптированного под мобильный просмотр видео (Chobanyan, 2020, p. 45). Также рассмотрен опыт адаптации теленовостей к платформе коротких видео TikTok, выделены основные тенденции этого процесса как на глобальной арене (Chobanyan, Nikolskaya, 2021), так и на конкретном примере телеканалов Китая (Проскурнова и др., 2023, с. 258).

Отметим еще одно направление отечественных исследований — выявление успешных приемов создания новостного видеоконтента

и привлечения внимания аудитории в социальных медиа. Среди подобных приемов авторы отмечают качественный видеоряд, обязательное титрование видео, броские заголовки, яркое эмоциональное начало в первые 3 секунды видеопубликации (Первых, Капорский, 2022, с. 89). Сравнительный анализ вербальных и невербальных характеристик российских, британских и американских новостных видеопубликаций также выявил тенденцию использования различных уловок — оппозиционирования, изображения эмоций, визуальных метафор и др. — в превью русскоязычных видео (Дымова и др., 2023, с. 186).

Тем не менее исследования откликов аудитории на новостные онлайн-видео пока еще малочисленны. В данной статье мы обращаемся к этой проблеме и пытаемся выявить востребованность адаптированных новостных онлайн-сюжетов информационных телеканалов у отечественной аудитории. Нам также интересно понять, совпадают ли факторы успеха в отечественной практике с критериями, выделенными в отечественных и зарубежных публикациях. Это второй, заключительный этап ранее начатого исследования. На первом этапе нами были рассмотрены изобразительно-выразительные средства адаптированных видеосюжетов: проанализирована их драматургия, пластические, аудиальные и монтажные средства (Чобанян, 2025).

Методология исследования

В выборку, как и на первом этапе исследования, вошли 86 адаптированных сюжетов трех отечественных информационных телеканалов: федерального «Россия 24» (19 сюжетов), регионального «360°» (11 сюжетов) и муниципального «Москва 24» (56 сюжетов). Все они опубликованы на платформе VK¹. Телеканал «Россия 24» в социальных сетях представлен как «Вести», далее в статье мы будем использовать это название. Платформа VK выбрана нами неслучайно: именно на ней телеканалы размещают (и для нее производят) большинство интересующих нас адаптированных видеосюжетов. В других социальных медиа, например Telegram, некоторые из этих сюжетов просто дублируются.

¹ Для большего удобства работы с использованными в статье видеосюжетами и материалами их перечень с сетевыми ссылками и датами обращения см. в таблицах на с. 199–203.

For a list of the news packages and posts used in this article, including links and access dates, see the tables on pages 199–203.

Под адаптированными видеосюжетами мы имеем в виду журналистские материалы без закадровой начитки, передающие новость в наложенных на видеоряд титрах. Как правило, в них используется фоновая музыка, синхроны (т. е. отрывки из интервью) с субтитрами, иногда лайфы (естественный звук — например, с концертов).

Хронологические рамки исследования включают в себя две типовые новостные недели 2024 года: 1–7 апреля и 16–22 сентября. Этот период не содержит ни государственных праздников, ни масштабных форс-мажорных событий (с 5 апреля активно освещалось наводнение в Орске и Оренбурге, однако это событие не вытеснило из информационной ленты другие новости).

Для исследования аудиторной реакции мы использовали данные по просмотрам, лайкам и комментариям, выделив наиболее популярные сюжеты как в категории просмотров, так и в категории суммарных реакций (лайки + репосты + комментарии). Следующим этапом мы рассчитали уровень вовлеченности аудитории. Его мы рассчитывали по апробированной ранее методике (Chobanyan, 2020), находя процентное соотношение суммарных просмотров и всех реакций к количеству подписчиков:

$$ER = ((V + L + C + Sh) \times 100\%) / F,$$

где V (*views*) — просмотры, L (*likes*) — лайки, C (*comments*) — комментарии, Sh (*shares*) — репосты, F (*followers*) — подписчики.

Такая методика близка к стандартному вычислению уровня вовлеченности, однако она позволяет учитывать любое взаимодействие аудитории с публикацией. Полученные результаты мы сравнили с данными самых популярных постов в этот период (используя для этого сервис popsters.ru). В заключительной части анализа мы соотнесли полученные результаты с тематикой, наличием эмоционального компонента и хронометражем публикаций, а также с драматургией сюжетов.

Количество подписчиков в выбранных аккаунтах сети VK на момент проведения анализа (15 февраля 2025 года): «Вести» (@vesti — 1 млн), 360° (@tv360 — 1 млн), «Москва 24» (@m24 — 688 тыс.).

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Для того чтобы оценить реакцию аудитории на подобные сюжеты и сделать выводы о наличии или отсутствии общих тенденций, мы отобрали у каждого канала топ-5 видеосюжетов по двум категориям: просмотры и количество реакций. В количестве реакций суммировались лайки, комментарии и репосты. На основании этих данных, а также общего количества подписчиков, мы посчитали уровень вовлеченности аудитории (ER) для каждого видеосюжета. Для соотнесения тенденций отечественного рынка с выводами зарубежных и отечественных исследователей мы фиксировали хронометраж, наличие эмоционального видео в начале и принадлежность новости к разряду «мягких» (при выявлении «мягких» новостей мы использовали методику Г. Такмана (Tuchman, 1973), относя к ним несрочные материалы, как правило, фокусирующиеся на человеческих историях: курьезные новости, светские новости, культурную и развлекательную тематику). Результаты представлены в таблицах 1–6.

Таблица 1 / Table 1

«Вести»: топ-5 видеосюжетов по просмотрам
Vesti: Top-5 most-watched packages

Видеосюжет <i>Package</i>	Просмотры (реакции) <i>Views (reactions)</i>	ER, %	Хронометраж, сек. <i>Duration, sec.</i>	Эмоциональное начало <i>Emotionally charged opening</i>	«Мягкая» новост <i>Soft news</i>
Войны за парковку: Куда ставить машину? (22.09.24) <i>Parking wars: Where should you park your car? (22.09.24)</i>	134 тыс./К (402)	9,6	122	-	-
В аэропорту конфисковали пауэрбанк из чемодана (16/09/24) <i>Power bank confiscated from luggage at the airport (16.09.24)</i>	85,2 тыс./К (336)	6,1	148	-	-
Наказать самокатчиков стало проще? (20.09.24) <i>Is it now easier to punish the e-scooter riders? (20.09.24)</i>	71,4 тыс./К (276)	5,1	124	+	-
Искусственный интеллект отследит хулиганов? (18.09.24) <i>Will AI find the hooligans? (18.09.24)</i>	49,1 тыс./К (232)	3,5	143	+	+
Грядущие Олимпийские игры в Париже обрастают скандалами (07.04.24) <i>The upcoming Olympics in Paris are plagued by scandals (07.04.24)</i>	47,8 тыс./К (299)	3,4	65	-	-

«Вести»: топ-5 видеосюжетов по реакциям

Vesti: top-5 most-reacted to packages

Видеосюжет Package	Реакции (просмотры) Reactions (views)	ER, %	Хронометраж, сек. Duration, sec.	Эмоциональное начало Emotionally charged opening	«Мягкая» новость Soft news
Дружинники наведут порядок на улицах? (21.09.24) <i>Will the volunteers establish order in the streets? (21.09.24)</i>	509 (46,6 тыс./К)	3,4	156	-	-
Войны за парковку: Куда ставить машину? (22.09.24) <i>Parking wars: Where should you park your car? (22.09.24)</i>	402 (134 тыс./К)	9,6	122	-	-
В аэропорту конфисковали пауэрбанк из чемодана (16.09.24) <i>Power bank confiscated from luggage at the airport (16.09.24)</i>	336 (85,2 тыс./К)	6,1	148	-	-
Грядущие Олимпийские игры в Париже обрастают скандалами (07.04.24) <i>The upcoming Olympics in Paris are plagued by scandals (07.04.24)</i>	299 (47,8 тыс./К)	3,4	65	-	-
Наказать самокатчиков стало проще? (20.09.24) <i>Is it now easier to punish the e-scooter riders? (20.09.24)</i>	276 (71,4 тыс./К)	5,1	124	+	-

Как видно, у федерального телеканала максимальный уровень вовлеченности аудитории в адаптированных видеосюжетах не превышает 10%. По просмотрам и по реакциям список наиболее популярных сюжетов практически совпадает. Хронометраж колеблется от 1 до 2,5 минут. Лишь одну новость можно отнести к разряду «мягких», а эмоциональное начало используется лишь в трети сюжетов. В целом аудитория канала и по просмотрам, и по реакциям активнее откликается на сюжеты социальной тематики.

Во всех сюжетах присутствует конфликт, использованы ключевые элементы драматургии (начало, кульминация и финальный эпизод).

Для выявления общей востребованности адаптированных видеосюжетов мы обратились к данным сервиса popsters.ru и сравнили полученные результаты со статистикой самых популярных постов в аккаунте «Вестей» в выбранный период. Абсолютным лидером по просмотрам стала видеопубликация от 7 апреля 2024 года «Палачам из “Крокуса” обещали теплую встречу на Украине» (311 131 просмотр). Самый популярный видеосюжет в нашей выборке набрал лишь около трети. Эта же публикация набрала наибольшее количество комментариев (870). Больше всего лайков в этот период собрала видеопубликация от 6 апреля «Сотрудники МЧС спасли животных в затопленном Орске» (14320), а лидер по репостам — видеопубликация от 2 апреля «Предприятия в Татарстане атаковали БПЛА» (1684). Здесь тоже мы видим значительный разрыв с результатами адаптированных видеосюжетов.

Ни один сюжет из нашей выборки не вошел в топ-5 по выбранным критериям (просмотры, лайки, комментарии, репосты) в общей ленте аккаунта.

Таблица 3 / Table 3

«360°»: топ-5 видеосюжетов по просмотрам

360°: top-5 most-watched packages

Видеосюжет <i>Package</i>	Просмотры (реакции) <i>Views (reactions)</i>	ER, %	Хронометраж, сек. <i>Duration, sec.</i>	Эмоциональное начало <i>Emotionally charged opening</i>	«Мягкая» новость <i>Soft news</i>
Инновационная ловушка для тараканов (06.04.24) <i>Innovative cockroach trap (06.04.24)</i>	50,1 тыс./К (91)	4,6	20	-	+
Кот Крошник худеет и учится заново ходить (18.09.24) <i>Kroshnik the cat is losing weight and learning to walk again (18.09.24)</i>	37,6 тыс./К (395)	3,5	23	+	+
Омск утонул в лужах (03.04.24) <i>Omsk drowning in puddles (03.04.24)</i>	33,6 тыс./К (74)	3	18	-	-
Вид спорта, который шокирует (03.04.24) <i>The sport that shocks everyone (03.04.24)</i>	21,8 тыс./К (49)	2	16	-	+
Апрельская метель в Норильске (06.04.24) <i>April snowstorm in Norilsk (06.04.24)</i>	18,9 тыс./К (18)	1,8	18	-	-

Таблица 4 / Table 4

«360°» топ-5 видеосюжетов по реакциям
360°: top-5 most-reacted to packages

Видеосюжет Package	Реакции (просмотры) Reactions (views)	ER, %	Хронометраж, сек. Duration, sec.	Эмоциональное начало Emotionally charged opening	«Мягкая» новость Soft news
Кот Крошник худеет и учится заново ходить (18.09.24) <i>Kroshnik the cat is losing weight and learning to walk again (18.09.24)</i>	395 (37,6 тыс./К)	3,5	23	+	+
Инновационная ловушка для тараканов (06.04.24) <i>Innovative cockroach trap (06.04.24)</i>	91 (50,1 тыс./К)	4,6	20	-	+
Жители Траверсары ликвидируют последствия масштабного наводнения (22.09.24) <i>The citizens of Traversara are cleaning up after the major flood (22.09.24)</i>	80 (11 тыс./К)	1	57	-	-
Омск утонул в лужах (03.04.24) <i>Omsk drowning in puddles (03.04.24)</i>	74 (33,6 тыс./К)	3	18	-	-
Как прошел забег в Шатуре (21.09.24) <i>Shatura run report (21.09.24)</i>	69 (11,3 тыс./К)	1	30	-	-

У регионального канала лидеры по просмотрам и по реакциям совпадают на 60 %. Уровень вовлеченности аудитории, по нашим расчетам, в два раза ниже, чем у «Вестей», и не превышает 5 %. При этом хронометраж всех сюжетов меньше минуты (многие из них опубликованы в формате вертикальных коротких видео «VK клипы»). Два самых популярных сюжета (о ловушке для тараканов и котике на диете) — яркие примеры «мягких» новостей. Но эмоциональный видеоряд в начале сюжета можно найти только в истории с котом. Наиболее популярная тематическая категория и по просмотрам, и по реакциям — «Курьезы».

Конфликт присутствует лишь в 40 % наиболее популярных сюжетов (как по просмотрам, так и по реакциям). Драматургические средства во всех материалах использованы частично: во всех лидерах по просмотрам есть кульминация, но в 40 % нет финала либо начала; в лидерах по реакциям кульминация присутствует в 80 % сюжетов, финальный эпизод — только в 20 % сюжетов, начало — в 40 %.

Наиболее просматриваемым материалом в общей ленте канала в выбранный период, по данным popsters.ru, стала видеопубликация от 16 сентября «Фанат Шакиры залез к ней под юбку» (382483 просмотра, почти в восемь раз больше самого популярного видеосюжета в нашей выборке). Наибольшее количество лайков собрало видео от 4 апреля «ФБР публикует видео задержания новых фигурантов дела о теракте в “Крокусе”» (5769). Больше всего комментариев получил пост в формате «текст + изображение» от 16 сентября «Путин увеличил численность Вооруженных сил» (1264), а лидер по репостам — видеопубликация от 2 апреля «Украинские беспилотники впервые атаковали Татарстан» (2467). Все они многократно превышают даже суммарное количество реакций в топовых сюжетах нашей выборки.

Как и с федеральным каналом, ни один адаптированный видеосюжет не вошел в топ-5 в общей ленте аккаунта.

«Москва 24»: топ-5 видеосюжетов по просмотрам
Moskva 24: top-5 most-watched packages

Видеосюжет <i>Package</i>	Просмотры (реакции) <i>Views (reactions)</i>	ER, %	Хронометраж, сек. <i>Duration, sec.</i>	Эмоциональное начало <i>Emotionally charged opening</i>	«Мягкая» новост <i>Soft news</i>
Предпрофессиональные классы стали пользоваться большой популярностью среди московских школьников (19/09/24) <i>Pre-professional classes are becoming highly popular among Moscow school children (19/09/24)</i>	668 тыс./К (161)	97,4	94	-	+
На улице Яблочкова открыли новый центр женского здоровья (16/09/24) <i>A new women's health center is open on Yablochkov Street (16/09/24)</i>	665 тыс./К (94)	97	101	-	-
Как идет реконструкция легендарного спорткомплекса «Олимпийский» (18/09/24) <i>Update on the reconstruction of Moscow's legendary Olimpiyskiy sports complex (18/09/24)</i>	545 тыс./К (73)	79,5	90	-	-
В Ховрине открыли новый корпус школы и ждут открытия детской поликлиники (01/04/24) <i>A new school building is open in Khovrino, children's clinic is on the way (01/04/24)</i>	363 тыс./К (263)	53	124	-	-

Таблица 5 (продолжение) / Table 5 (continued)

Видеосюжет <i>Package</i>	Просмотры (реакции) <i>Views (reactions)</i>	ER, %	Хронометраж, сек. <i>Duration, sec.</i>	Эмоциональное начало <i>Emotionally charged opening</i>	«Мягкая» новость <i>Soft news</i>
Расширенные скаковые дорожки, ночное освещение на них, конный двор и гостевые конюшни — что еще нового сделают на старейшем ипподроме России, как изменятся здания и трибуны 50-х годов (04/04/24) <i>Wider racetracks, night-time lighting over them, horse barn and guest stables—what else will be new at the oldest racecourse in Russia, and how will the 50s' buildings and seats change? (04/04/24)</i>	360 тыс./К (336)	52,5	162	-	+
В Москве строят одну из крупнейших радиальных линий метро (02/04/24) <i>One of the largest radial subway lines is under construction in Moscow (02/04/24)</i>	310 тыс./К (283)	45	120	-	+
Сиамские близнецы Эбби и Бриттани Хенсел втайне вышли замуж за ветерана армии США (02/04/24) <i>Siamese twins Abby and Brittany Hensel secretly marry U.S. army vet (02/04/24)</i>	275 тыс./К (491)	40	116	+	+
Москвичи теперь могут быстрее добираться от ЖК на Шелепихинской набережной до делового центра (05/04/24) <i>Muscovites can now get from Shelepikha embankment apartment complex to the business center faster (05/04/24)</i>	251 тыс./К (229)	36,5	156	-	-

Таблица 6 / Table 6

«Москва 24»: топ-5 видеосюжетов по реакциям

Moskva 24: top-5 most-reacted to packages

Видеосюжет Package	Реакции (просмотры) Reactions (views)	ER, %	Хронометраж, сек. Duration, sec.	Эмоциональное начало Emotionally charged opening	«Мягкая» новость Soft news
Дмитровский городской суд арестовал агрессивного пассажира внедорожника, который избил глухонемую женщину — водителя такси (04/04/24) <i>Dmitrov city court has arrested the aggressive SUV passenger, who beat up the deaf woman taxi driver (04/04/24)</i>	1825 (235 тыс./К)	34,5	105	-	-
Стример Mellstroy кинул юного подписчика на 2 миллиона долларов? (03/04/24) <i>Did streamer Mellstroy rip off \$2 mln from a young follower? (03/04/24)</i>	820 (110 тыс./К)	16	156	-	-
Реконструкция «Олимпийского» (17/09/24) <i>Olimpiyskiy reconstruction (17/09/24)</i>	644 (37,5 тыс./К)	5,6	60	-	-
Девушка с самыми большими губами в мире жалуется, что не может найти любовь. Тем временем 25-летняя блогер продолжает делать себе инъекции, хотя врачи в один голос твердят: это опасно (07/04/24) <i>The girl with the world's biggest lips is upset she cannot find love. Meanwhile, the 25-year-old blogger keeps getting the injections, although the doctors are telling her it is dangerous (07/04/24)</i>	631 (63,2 тыс./К)	9	217	+	+
Россиянин выжил после удара молнии (18/09/24) <i>Russian man survives a lightning strike (18/09/24)</i>	580 (71,2 тыс./К)	10,5	169	+	-

Результаты анализа сюжетов «Москвы 24» немного удивили. Во-первых, заставляет задуматься уровень вовлеченности выше 97 %. Во-вторых, мы выявили полное расхождение между лидерами в просмотрах и в реакциях (кстати, здесь уровень вовлеченности уже гораздо ниже, от 5 % до 34 %). Нам представлялось неверным использовать материалы, статистика которых так разительно отличается от остальных. Поэтому мы решили рассмотреть не пять, а восемь топовых видео по просмотрам (условно заменив первые три сюжета с большим отрывом в ER). Данные по количеству просмотров в них ближе к лидерам по реакциям, а уровень вовлеченности не превышает половины аудитории. Результаты анализа отражены в таблицах 5–6.

Мы отметили расхождения в наиболее популярных тематических категориях по просмотрам («Успешное развитие Москвы») и по реакциям («Суды, законодательство»).

Конфликт мы обнаружили в 60 % лидеров по просмотрам и в 80 % лидеров по реакциям. Драматургические средства используются в полном наборе (начало, кульминация и финальный эпизод) лишь в 40 % самых просматриваемых сюжетов (в остальных отсутствует один из элементов). В лидерах по реакциям аудитории 60 % сюжетов используют все драматургические средства, в 40 % отсутствуют либо только начало, либо начало и кульминация.

В сравнении с общей лентой канала в выбранный период результаты уступают самым популярным публикациям. Так, по просмотрам абсолютным лидером стал пост в формате «текст + изображение» от 5 апреля «Сгорело все... В Новой Москве вандалы сожгли стихийный мемориал в память о погибших в “Крокусе”» (1 271 421). Отметим, что, по статистике popsters.ru, такой показатель не совсем типичен для «Москвы 24», он сильно превышает среднее количество просмотров в других топовых публикациях (300–600 тыс.), поэтому можно говорить о том, что просмотры некоторых топовых адаптированных видеосюжетов близки к высоким значениям. Наибольшее количество лайков получила видеопубликация от 5 апреля «Shaman о сценическом образе» (6011). У нее же максимальное количество комментариев (782). Лидер по репостам — пользовательское видео от 3 апреля «Ветер срывает оконные рамы» (1220). Как видно, суммарное количество реакций некоторых адаптированных видеосюжетов сравнимо с этими показателями.

Также важно отметить, что два видеосюжета в нашей выборке оказались в числе лидеров и по данным popsters.ru: сюжет «Дмитровский городской суд арестовал агрессивного пассажира внедорожника, который избил глухонемую женщину — водителя такси» от 4 апреля стал вторым по количеству комментариев (414) и пятым по количеству лайков (1375);

сюжет «Сиамские близнецы Эбби и Бриттани Хенсел втайне вышли замуж за ветерана армии США» от 2 апреля стал пятым по репостам за неделю с 1 по 7 апреля.

Выводы

Таким образом, пока нет оснований говорить о соответствии российской практики тенденциям зарубежного рынка. Аудитория реагирует как на «мягкие» новости вроде ловушки для тараканов, так и на классические примеры «жестких» новостей вроде наводнений, арестов или споров за парковочные места. Только треть новостей можно отнести к разряду «мягких», а значит этот фактор, в отличие от западных тенденций, не является принципиальным.

Эмоциональный видеоряд был обнаружен в начале лишь пяти сюжетов (из них два повторяются в числе лидеров и по просмотрам, и по реакциям), т. е. примерно четверть выборки начинается с эмоциональных кадров. Значит, и этот фактор не является столь критичным.

Мы не нашли единой тенденции в хронометраже наиболее популярных видео — он колеблется от 16 секунд до 3,5 минут. При этом результаты анализа на первом этапе представляли более широкий спектр хронометража: от 16 секунд до 5 минут. Как видим, значения в длительности наиболее просматриваемых видео стремятся к середине этого отрезка, однако, в отличие от зарубежных исследований, мы не можем категорично говорить о решающей роли хронометража до 1 минуты в успешности материала у российской аудитории. Скажем так: хронометраж не является критическим фактором для просмотра видеосюжетов, но при этом аудитория все же более охотно смотрит «компактные» видеосюжеты до 3 минут.

Титрование присутствует во всех сюжетах нашей выборки. На данном этапе, если говорить об адаптированных видеосюжетах как о зарождающемся жанре новостного онлайн-видео, можно утверждать, что титры — необходимый и важный атрибут этого жанра. При этом оценить его как фактор успеха в данной статье сложно, т. к. для этого следует проводить отдельные исследования в фокус-группах, сравнивая их реакцию на титрованные и нетитрованные видео.

Подлежат ли в таком случае выявлению факторы успеха адаптированных видеосюжетов у российской аудитории? Соотнеся результаты данного этапа с проведенным ранее тематическим анализом, увидим, что наиболее

популярной категорией (суммарно по лидерам просмотров и реакций) является социальная тематика, иногда в сочетании с темой личной безопасности («войны» за парковку, отряды дружинников, предпрофессиональные классы для школьников). Активный отклик аудитории также вызывают курьезные видео (особенно у канала «360°») и в равной степени категории «Происшествия», «Стихийные бедствия» и «Успех Москвы».

Соотнесение наличия драматургических средств с популярностью видеопубликаций дает возможность увидеть, что конфликт присутствует в 77 % топовых сюжетов; все элементы композиции — в половине сюжетов, а как минимум два ключевых элемента (начало + кульминация/кульминация + финальный эпизод/начало + финальный эпизод) — в 77 % сюжетов. Таким образом, думается, драматургия в привлечении и удержании внимания отечественной аудитории весьма существенна.

В целом же можно выделить специфические предпочтения у аудитории разных каналов: социальная тематика с конфликтом и хорошо выстроенной драматургией в композиции, преобладанием жестких новостей и слабо выраженной эмоциональностью у федеральных «Вестей»; короткие курьезные клипы без сильной драматургии со слабо выраженной эмоциональностью у регионального «360°»; истории об успехах Москвы и происшествиях с преобладанием конфликта и выстроенной композицией, преобладанием жестких новостей и слабо выраженной эмоциональностью у муниципального канала «Москва 24». Отметим при этом, что процесс понимания своей аудитории у каналов пока еще продолжается. Здесь, безусловно, необходимы дальнейшие исследования.

ОГРАНИЧЕНИЯ И ДИСКУССИЯ

Одним из ограничений данного исследования может быть методика расчета уровня вовлеченности (ER). Мы учитываем отношение суммы всех взаимодействий с видео к количеству подписчиков канала. При этом вполне возможна ситуация, когда активно реагировать на контент могут и пользователи, не являющиеся подписчиками данного СМИ. Выявить чистый результат в данном случае невозможно. Однако в других методиках расчета ER (например, в ropsters.ru) среди основных показателей также фигурируют сумма всех реакций и число подписчиков. Нам важно было учесть любой отклик со стороны аудитории, поэтому данное ограничение не представлялось критичным.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ВИДЕОСЮЖЕТЫ И МАТЕРИАЛЫ

VIDEOS AND MATERIALS USED IN THE ARTICLE

Видеосюжеты канала «Вести» / “Vesti” packages

Видеосюжет / Package	Ссылка / Hyperlink
Войны за парковку: Куда ставить машину? (22/09/24) <i>Parking wars: Where should you park your car? (22/09/24)</i>	https://vk.com/video-24371598_456302856 (15.02.2025)
В аэропорту конфисковали пауэрбанк из чемодана (16/09/24) <i>Powerbank is confiscated from luggage in the airport (16/09/24)</i>	https://vk.com/video-24371598_456302742 (15.02.2025)
Наказать самокатчиков стало проще? (20/09/24) <i>Is it now easier to punish the scooterers? (20/09/24)</i>	https://vk.com/video-24371598_456302818 (15.02.2025)
Искусственный интеллект отследит хулиганов? (18/09/24) <i>Will AI find the hooligans? (18/09/24)</i>	https://vk.com/video-24371598_456302785 (15.02.2025)
Грядущие Олимпийские игры в Париже обрастают скандалами (07/04/24) <i>The upcoming Olympics in Paris are wrapped in scandals (07/04/24)</i>	https://vk.com/wall-24136539_8824483 (15.02.2025)
Дружинники наведут порядок на улицах? (21/09/24) <i>Will the volunteers establish order in the streets? (21/09/24)</i>	https://vk.com/video-24371598_456302844 (15.02.2025)
Палачам из «Крокуса» обещали теплую встречу на Украине (07/04/2024) <i>The executioners from “Krokus” were promised a warm welcome in the Ukraine (07/04/2024)</i>	https://vk.com/video-24136539_456354728 (20.02.2025)
Сотрудники МЧС спасли животных в затопленном Орске (06.04.2024) <i>Emergency Ministry employees saved animals in the flooded Orsk (06/04/2024)</i>	https://vk.com/wall-24136539_8822715 (20.02.2025)
Предприятия в Татарстане атаковали БПЛА (02.04.2024) <i>Enterprises in Tatarstan were attacked by the drones (02.04.2024)</i>	https://vk.com/wall-24136539_8814329 (20.02.2025)

Видеосюжеты и материалы канала «360°» / “360°” packages and posts

Видеосюжет / Материал <i>Package / Post</i>	Ссылка / Hyperlink
Инновационная ловушка для тараканов (06/04/24) <i>Innovative cockroach trap (06/04/24)</i>	https://vk.com/clip-43618728_456314108 (15.02.2025)
Кот Крошник худеет и учится заново ходить (18/09/24) <i>Kroshnik the cat is losing weight and learning to walk again (18/09/24)</i>	https://vk.com/clip-43618728_456326029 (15.02.2025)
Омск утонул в лужах (03/04/24) <i>Omsk has sunk in the puddles (03/04/24)</i>	https://vk.com/clip-43618728_456313926 (15.02.2025)
Вид спорта, который шокирует (03/04/24) <i>The sport which shocks (03/04/24)</i>	https://vk.com/clip-43618728_456313913 (15.02.2025)
Апрельская метель в Норильске (06/04/24) <i>April snowstorm in Norilsk (06/04/24)</i>	https://vk.com/clip-43618728_456314107 (15.02.2025)
Жители Траверсары ликвидируют последствия масштабного наводнения (22/09/24) <i>The citizens of Traversara are cleaning up after the major flood (22/09/24)</i>	https://vk.com/video-43618728_456326487 (15.02.2025)
Как прошел забег в Шатуре (21/09/24) <i>Shatura run report (21/09/24)</i>	https://vk.com/clip-43618728_456326443 (15.02.2025)
Фанат Шакиры залез к ней под юбку (16.09.2024) <i>Shakira's fan got under her skirt (16.09.2024)</i>	https://vk.com/wall-43618728_3279918 (20.02.2025)
ФБР публикует видео задержания новых фигурантов дела о теракте в «Крокусе» (04.04.2024) <i>The FBI publishes a new video of the arrest of new suspects in the Krokus terror attack (04.04.2024)</i>	https://vkvideo.ru/video-43618728_456313970 (20.02.2025)
Путин увеличил численность Вооруженных сил (16.09.2024) <i>Putin increased the number of Armed forces (16.09.2024)</i>	https://vk.com/wall-43618728_3278791?offset=1&reply=3282645 (20.02.2024)
Украинские беспилотники впервые атаковали Татарстан (02.04.2024) <i>Ukrainian drones attacked Tatarstan for the first time (02.04.2024)</i>	https://vk.com/wall-43618728_2728119 (20.02.2025)

Видеосюжеты и материалы канала «Москва 24»
/ “Moskva 24” packages and posts

Видеосюжет / Материал <i>Package / Post</i>	Ссылка / Hyperlink
Предпрофессиональные классы стали пользоваться большой популярностью среди московских школьников (19/09/24) <i>Pre-professional classes are becoming highly popular among Moscow school children (19/09/24)</i>	https://vk.com/video-35068738_456315476 (15.02.2025)
На улице Яблочкова открыли новый центр женского здоровья (16/09/24) <i>A new female health center is open on Yablochkov Street (16/09/24)</i>	https://vk.com/video-35068738_456315378 (15.02.2025)
Как идет реконструкция легендарного спорткомплекса «Олимпийский» (18/09/24) <i>“Olympiyskiy” legendary sports complex reconstruction report (18/09/24)</i>	https://vk.com/video-49673019_456253482 (15.02.2025)
В Ховрине открыли новый корпус школы и ждут открытия детской поликлиники (01/04/24) <i>A new school building is open in Khovrino, children’s clinic is on the way (01/04/24)</i>	https://vk.com/video-35068738_456308949 (15.02.2025)
Расширенные скаковые дорожки, ночное освещение на них, конный двор и гостевые конюшни — что ещё нового сделают на старейшем ипподроме России, как изменятся здания и трибуны 50-х годов (04/04/24) <i>Wider racetracks, night-time lighting over them, horse barn and guest stables — what else will be new at the oldest racecourse in Russia, and how will the 50s’ buildings and seats change? (04/04/24)</i>	https://vk.com/wall-35068738_4046138 (15.02.2025)
В Москве строят одну из крупнейших радиальных линий метро (02/04/24) <i>One of the largest radial subway lines is under construction in Moscow (02/04/24)</i>	https://vk.com/video-35068738_456308979 (15.02.2025)
Сиамские близнецы Эбби и Бриттани Хенсел втайне вышли замуж за ветерана армии США (02/04/24) <i>Siamese twins Abby and Brittany Hensel secretly marry U.S. army vet (02/04/24)</i>	https://vk.com/video-35068738_456308956 (15.02.2025)

Видеосюжет / Материал Package / Post	Ссылка / Hyperlink
<p>Москвичи теперь могут быстрее добираться от ЖК на Шелепихинской набережной до делового центра. (05/04/24)</p> <p><i>Muscovites can now get from Shelepikha embankment apartment complex to business center faster (05/04/24)</i></p>	<p>https://m.vk.com/wall-35068738_4047777?lang=kk (15.02.2025)</p>
<p>Дмитровский городской суд арестовал агрессивного пассажира внедорожника, который избил глухонемую женщину — водителя такси (04/04/24)</p> <p><i>Dmitrov city court has arrested the aggressive SUV passenger, who beat up the deaf-mute female taxi driver (04/04/24)</i></p>	<p>https://vk.com/wall-35068738_4044317?offset=50 (15.02.2025)</p>
<p>Стример Mellstroy кинул юного подписчика на 2 миллиона долларов? (03/04/24)</p> <p><i>Did streamer Mellstroy rip off \$2 mln from a young follower? (03/04/24)</i></p>	<p>https://vk.com/video-35068738_456308997 (15.02.2025)</p>
<p>Реконструкция «Олимпийского» (17/09/24)</p> <p><i>“Olympiyskiy” reconstruction (17/09/24)</i></p>	<p>https://vk.com/video265870743_456241111 (15.02.2025)</p>
<p>Девушка с самыми большими губами в мире жалуется, что не может найти любовь. Тем временем 25-летняя блогер продолжает делать себе инъекции, хотя врачи в один голос твердят: это опасно (07/04/24)</p> <p><i>The girl with the world’s biggest lips is upset she can’t find love. Meanwhile, the 25-year-old blogger keeps getting the injections, although the doctors are telling her it’s dangerous (07/04/24)</i></p>	<p>https://vk.com/wall-35068738_4050168 (15.02.2025)</p>
<p>Россиянин выжил после удара молнии (18/09/24)</p> <p><i>Russian man survives the lightning strike (18/09/24)</i></p>	<p>https://vk.com/video-35068738_456315439 (15.02.2025)</p>
<p>Сгорело все... В Новой Москве вандалы сожгли стихийный мемориал в память о погибших в «Крокусе» (05.04.2024)</p> <p><i>Everything burnt out... In New Moscow, vandals burned a spontaneous memorial in memory of those who died in Krokus (05.04.2024)</i></p>	<p>https://vk.com/wall-35068738_4046825 (20.02.2025)</p>

Видеосюжет / Материал <i>Package / Post</i>	Ссылка / Hyperlink
Shaman о сценическом образе (05.04.2024) <i>Shaman on his stage image (05.04.2024)</i>	https://vk.com/wall-35068738_4047734?hash=0d6770bfcfdc85cf1d (20.02.2025)
Ветер срывает оконные рамы (03.04.2024) <i>The wind tears off the window frames (03.04.2024)</i>	https://vk.com/video-35068738_456308999?list=e5be481f10c2dc8f15 (20.02.2025)

ЛИТЕРАТУРА

1. Вартанова, Е.Л. (2023). «Пересборка» медиа: актуальные процессы трансформации в условиях цифровизации. *Меди@льманах*, (3), 8–16. <https://www.elibrary.ru/opivwj>
2. Дымова, А.В., Золотайко, А.И., Карева, В.Ю. (2023). Превью как креолизованный текст: особенности русских, британских и американских новостных YouTube-видеороликов. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*, (1), 182–199. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-1-182-199>, <https://www.elibrary.ru/bzfvvv>
3. Круглова, Л.А., Щепилова, Г.Г. (2024). Российские телеканалы и социальные медиа в условиях трансформации медиаполя. *Вестник Томского государственного университета. Филология*, (87), 255–272. <https://doi.org/10.17223/19986645/87/14> <https://www.elibrary.ru/mvugga>
4. Первых, Д.К., Капорский, Д.Р. (2022). Контент МИА “Russia Today” в новых медиа как пример диверсификации СМИ. *МедиаВектор*, (4), 87–92. <https://www.elibrary.ru/hqlfja>
5. Проскурнова, Е.Л., Чжу, В., Волкова, И.И. (2023). Опыт размещения новостных материалов в формате коротких видео китайскими телеканалами на платформе Douyin. *Наука телевидения*, 19 (4), 233–269. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2023-19.4-233-269> <https://www.elibrary.ru/xkuqx8>
6. Чобанян, К.В. (2025). Адаптация телевизионных видеосюжетов в социальных медиа: выразительные средства и тематика. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*, 30 (2), 361–375. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2025-30-2-361-375> <https://www.elibrary.ru/jyawqg>
7. Щепилова, Г.Г., Круглова, Л.А., Чобанян, К.В. (Ред.). (2025). *Онлайн-видео в России: Становление и развитие: Монография*. Москва: Аспект Пресс.

8. Argila, J. (2017). *How to create video news that rocks in social media*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/how-create-video-news-rocks-social-media> (04.09.2025)
9. Bock, M.A., Assaf, C.T., Richardson, R.J., & Tsyrenzhapova, D. (2023). Narrative authority in online video: Legacy media and digital native production styles. *New Media & Society*, 27 (5), 2826–2845. <https://doi.org/10.1177/14614448231215483>
10. Chobanyan, K. (2020). Up for the challenge? Digital practices of 24-hour news channels. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, (3), 35–56. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.3.2020.2>, <https://www.elibrary.ru/gpsofi>
11. Chobanyan, K. & Nikolskaya, E. (2021). Testing the waters: TikTok's potential for television news. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, (3), 62–88. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.3.2021.3>, <https://www.elibrary.ru/vclaus>
12. Cores-Sarría, L., Heiselberg, L., Skovsgaard, M., & Bakker, B.N. (2025). Affective storytelling for video news: Introducing and testing Batman Affective Structure in the age of streaming. *Journalism Studies*, 26 (9), 1108–1128. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2025.2490968>
13. Kalogeropoulos, A., Cherubini, F., & Newman, N. (2016). *The future of online news videos. Digital News Project 2016*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-ftg2-zc61>
14. Koliska, M., Thurman, N., Stares, S., & Kunert, J. (2021). Exploring audience perceptions of, and preferences for, online news videos. *Journalism Studies*, 22 (9), 1161–1180. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1927154>
15. Kruglova, L.A., & Shchepilova, G.G. (2025). Russian TV channels and social media in the transformation of the media field. *Online Media and Global Communication*, 4 (2), 371–386. <https://doi.org/10.1515/omgc-2025-0010>
16. Lowenstein-Barkai, H., & Lev-on, A. (2021). News videos consumption in an age of new media: A comparison between adolescents and adults. *Journal of Children and Media*, 16 (1), 78–94. <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1915831>
17. Tuchman, G. (1973). Making news by doing work: Routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology*, 79 (1), 110–131. <http://www.jstor.org/stable/2776714> (04.09.2025)
18. Weller, D. (2023). Toward a taxonomy of news video. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78 (1), 53–68. <https://doi.org/10.1177/10776958221139898>

REFERENCES

1. Argila, J. (2017). *How to create video news that rocks in social media*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved September 4, 2025, from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/how-create-video-news-rocks-social-media>
2. Bock, M.A., Assaf, C.T., Richardson, R.J., & Tsyrenzhapova, D. (2023). Narrative authority in online video: Legacy media and digital native production styles. *New Media & Society*, 27 (5), 2826–2845. <https://doi.org/10.1177/14614448231215483>
3. Chobanyan, K. & Nikolskaya, E. (2021). Testing the waters: TikTok's potential for television news. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, (3), 62–88. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.3.2021.3>, <https://www.elibrary.ru/vclaus>
4. Chobanyan, K. (2020). Up for the challenge? Digital practices of 24-hour news channels. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, (3), 35–56. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.3.2020.2>, <https://www.elibrary.ru/gpsofi>
5. Chobanyan, K. (2025). Adaptatsiya televizionnykh videosyuzhetov v sotsial'nykh media: Vyrazitel'nye sredstva i tematika [Adaptation of TV news packages in social media: Expressive means and topics]. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta, Filologiya*, 30 (2), 361–375. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2025-30-2-361-375>, <https://www.elibrary.ru/jyawqg>
6. Cores-Sarría, L., Heiselberg, L., Skovsgaard, M., & Bakker, B.N. (2025). Affective storytelling for video news: Introducing and testing Batman Affective Structure in the age of streaming. *Journalism Studies*, 26 (9), 1108–1128. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2025.2490968>
7. Dymova, A.V., Zolotaiko, A.I., & Kareva, V.Yu. (2023). Prev'yu kak kreolizovannyi tekst: Osobennosti russkikh, britanskikh i amerikanskikh novostnykh YouTube-videorolikov [Preview as a creolized text: Features of Russian, British and American Youtube news videos]. *Aktual'nye Problemy Filologii i Pedagogicheskoy Lingvistiki*, (1), 182–199. (In Russ.) <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-1-182-199>, <https://www.elibrary.ru/bzfvvv>
8. Kalogeropoulos, A., Cherubini, F., & Newman, N. (2016). *The future of online news videos. Digital News Project 2016*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-ftg2-zc61>,
9. Koliska, M., Thurman, N., Stares, S., & Kunert, J. (2021). Exploring audience perceptions of, and preferences for, online news videos. *Journalism Studies*, 22 (9), 1161–1180. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1927154>
10. Kruglova, L.A., & Shchepilova, G.G. (2024). Rossiyskie telekanaly i sotsial'nye media v usloviyakh transformatsii mediapolya [Russian TV channels and social media in the transformation of the media field]. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta, Filologiya*, (87), 255–272. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/19986645/87/14>, <https://www.elibrary.ru/mvugga>

11. Kruglova, L.A., & Shchepilova, G.G. (2025). Russian TV channels and social media in the transformation of the media field. *Online Media and Global Communication*, 4 (2), 371–386. <https://doi.org/10.1515/omgc-2025-0010>
12. Lowenstein-Barkai, H., & Lev-on, A. (2021). News videos consumption in an age of new media: A comparison between adolescents and adults. *Journal of Children and Media*, 16 (1), 78–94. <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1915831>
13. Pervykh, D.K., & Kaporskiy, D.R. (2022). Kontent MIA “Russia Today” v novykh media kak primer diversifikatsii SMI [MIA “Russia Today” content in new media as an example of media diversification]. *Mediavektor*, (4), 87–92. (In Russ.) <https://www.elibrary.ru/hqlfja>
14. Proskurnova, E.L., Zhu, W. & Volkova, I.I. (2023). Opyt razmeshcheniya novostnykh materialov v formate korotkikh video kitayskimi telekanalami na platforme Douyin [Experience of posting news in the format of short videos by Chinese TV channels on Douyin]. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 19 (4), 233–269. (In Russ.) <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2023-19.4-233-269>, <https://www.elibrary.ru/xkuqxs>
15. Shchepilova, G.G., Kruglova, L.A., & Chobanyan, K.V. (Eds.) (2025). *Onlayn-video v Rossii: Stanovlenie i razvitie* [Online video in Russia: Formation and development]. Aspect Press. (In Russ.)
16. Tuchman, G. (1973). Making news by doing work: Routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology*, 79 (1), 110–131. Retrieved September 4, 2025, from <http://www.jstor.org/stable/2776714>
17. Vartanova, Ye.L. (2023). “Peresborka” media: Aktual’nye protsessy transformatsii v usloviyakh tsifrovizatsii [“Reassembling” media: Current transformation processes in the context of digitalization]. *Medi@l’manakh*, (3), 8–16. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.3.2023.816>, <https://www.elibrary.ru/opivwj>
18. Weller, D. (2023). Toward a taxonomy of news video. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78 (1), 53–68. <https://doi.org/10.1177/10776958221139898>

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

КАРИНЭ ВАРДАНОВНА ЧОБАНЯН

кандидат филологических наук,
доцент кафедры телевидения и радиовещания,
факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова
125009, Россия, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1

ResearcherID: OUH-8113-2025

ORCID: 0000-0002-7793-5010

e-mail: chobanyankv@my.msu.ru

ABOUT THE AUTHOR

KARINE V. CHOBANYAN

Cand. Sci. (Philology),

Assistant Professor at the Television and Radio Department,

Faculty of Journalism of the Moscow State University,

9s1, Mokhovaya, Moscow 125009, Russia

ResearcherID: OUH-8113-2025

ORCID: 0000-0002-7793-5010

e-mail: chobanyankv@my.msu.ru