

А. А. Градюшко
Белорусский
гос. ун-т

В статье рассмотрены закономерности функционирования печатных СМИ Республики Беларусь в технологической среде. Отмечено влияние новых технологий на инструменты репрезентации визуального контента. Показано, как мобильные платформы меняют медиа и их аудиторию. Приведены примеры творческих стратегий крупнейших белорусских печатных изданий.

Ключевые слова: *газета, новые технологии, визуальный контент, социальные медиа, Республика Беларусь.*

ПЕЧАТНЫЕ СМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ЭПОХУ НОВЫХ МЕДИА

В сегменте печатных СМИ Республики Беларусь произошли кардинальные структурные изменения. На базе газет «Советская Белоруссия» и «Звезда» созданы укрупненные информационные структуры. Это позволило снизить издержки, оптимизировать редакционно-издательские процессы. Приоритетным направлением работы стало распространение контента по различным каналам информации, интеграция медиаплатформ СМИ (печатных, интернет-, мобильных версий, аудиовизуальных ресурсов).

Количество посетителей интернет-портала «СБ. Беларусь-сегодня» составляет до 50–60 тыс. в день. Создано мобильное приложение sb.by для планшетов и смартфонов на базе платформы Android. Общее количество подписчиков портала в социальных сетях превышает 20 тыс. К слову, тираж печатного издания составляет более 400 тыс. экземпляров, это самая тиражная газета в стране. В роли авторов блогов, которые публикуются на сайте, часто выступают журналисты газеты. В структуру медиахолдинга входят интернет-телевидение «ТВое сегодня» и радиостанция «Альфа Радио». В управлении интернет-проектов работает шесть журналистов. В 2015 г. создана новая версия портала газеты «Звезда» zviazda.by, которая отличается использованием современных технологий визуализации (фотогалереи, видеосюжеты, инфографика). Актуальная информация публикуется в первую очередь на сайте. Есть разделение сотрудников между газетой и Интернетом.

Портал belsmi.by предоставляет информацию о государственных СМИ (телевидение, радио, печатные издания). Однако рейтинг посещаемости сайтов

большинства изданий невысок. Из 218 ресурсов 85 имеют представительства в социальной сети «ВКонтакте», 46 открыли сообщества в «Одноклассниках», 25 завели свои страницы в Facebook, 28 размещают новости в Twitter, 18 используют собственный канал на YouTube.

В областной газете «Гомельская праўда» создана интегрированная интернет-редакция. Необходимость менять редакционную модель была вызвана усилением конкуренции со стороны новых медиа. Сайт gr.by стал информационным порталом «Правда Гомель». Согласно сервису статистики «Яндекс.Метрика», ежедневно его посещает более 8 тыс. человек. В структуре трафика 35% занимают переходы из социальных сетей, 29% — из поисковых систем, 25% — прямые посещения. С персональных компьютеров сайт посещает 52% аудитории, 42% заходит со смартфонов и только 5% с планшетов. Глубина просмотра составляет 2,04 страницы, а среднее время, проведенное посетителями на сайте, находится в районе 2,5 минут. Это неплохие показатели.

К одному из важнейших трендов развития печатных СМИ в эпоху новых медиа мы можем отнести визуализацию. Сайт gr.by имеет на главной странице сайта крупные визуальные блоки, посвященные главным материалам. О приоритете сайта и вторичности газеты свидетельствует и значительное усиление позиций в социальных медиа. Портал «Правда Гомель» завел аккаунты в четырех социальных сетях, где у него в общей сложности более 25 тыс. подписчиков. Основной акцент газета делает на продвижении во «ВКонтакте», где организуются различные конкурсы. Редакция заботится о воспитании лояльной читательской аудитории. Значительную конкуренцию portalу газеты «Гомельская праўда» составляет сайт «Сильные новости» gomeltoday.by. В среднем просматривается 100 тыс. страниц в сутки, количество уникальных посетителей за 24 часа достигает 35 тыс. У сайта более 85 тыс. друзей в социальных сетях.

Присутствие интернет-СМИ в мобильном веб-пространстве возможно в таких форматах, как неадаптированный сайт, адаптивный дизайн, мобильная версия сайта и мобильное приложение. Одни сайты (например, zviazda.by) уже успели адаптироваться к типу устройства, с которого осуществляется доступ к сайту. Другие (в частности, sb.by) до сих пор не оптимизированы под просмотр с таких устройств. Некоторые (к примеру, nn.by) имеют отдельную мобильную версию. Что касается мобильных приложений, то их создали лишь немногие белорусские СМИ.

В 2015 г. был проведен первый этап исследования «Разработка оптимальной модели региональных интернет-СМИ». Опрошены главные редакторы и журналисты 49 государственных газет Витебской и Гомельской областей. В частности, более 80% респондентов отметили необходимость повышения квалификации журналистов в освоении новых технологий. В первую очередь наблюдается потребность в знаниях, связанных с визуализацией контента, дизайном, продвижением региональных информационных порталов. Посещаемость веб-ресурсов газет в малых городах не превышает 50–100 посетителей в сутки. Столь низкие показатели объясняются неэффективным менеджментом, недостаточной обеспеченностью кадрами, несовершенством содержательно-тематической модели сайтов газет.

В медиасфере белорусского Интернета мы наблюдаем целый комплекс идеологических, содержательных, организационных, экономико-правовых, финансовых проблем. В 2015 г. в Республике Беларусь вступили в силу поправки в закон «О средствах массовой информации». Действие закона о СМИ, за исключением требований о государственной регистрации, отныне распространяется на интернет-СМИ. Интернет-ресурсы теперь несут ответственность за опубликованные в Сети сведения. Доступ к их продукции может быть ограничен по решению Министерства информации. Таким образом,

законодательное регулирование контента и возрастающая конкуренция с российскими веб-ресурсами, в том числе социальными медиа, усложняют ситуацию на рынке интернет-СМИ.

Повышение эффективности работы сайтов печатных СМИ Республики Беларусь в эпоху новых медиа, безусловно, взаимосвязано с такими показателями, как их посещаемость, цитируемость, рейтинг в системах статистики, время, проведенное на сайте, количество просмотренных страниц, показатель отказов, поисковый трафик, трафик из социальных сетей, трафик с мобильных устройств. Современные творческие компетенции журналистов региональных СМИ обусловлены умением выстраивать текст в зависимости от возможности канала информации, представлять контент в соответствии с требованиями новых медиа, работать с программным обеспечением.

A. A. Gradyushko

Belarusian State University

The print media of the Republic of Belarus in the era of new media

The article discusses some principles of functioning of the print mass media of the Republic of Belarus in the technological sphere. The influence of new technologies depends of the tools of representation of visual content of journalistic materials. It is shown how mobile platforms change the media and their audiences. The examples of creative strategies of the Belarusian print publications are given.

Keywords: newspaper, new technologies, visual content, social media, Republic of Belarus.