

Александр Александрович Градюшко

Белорусский государственный университет (Республика Беларусь, Минск)

webjourn@gmail.com

БЕЛУРУССКИЕ ЛОКАЛЬНЫЕ МЕДИА В БОРЬБЕ ЗА ВНИМАНИЕ АУДИТОРИИ

Рассматриваются модели цифровой трансформации белорусского медиапространства. Эмпирическое исследование основано на анализе сайтов областных и районных газет, а также их аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах. Автор утверждает, что важнейшей метрикой работы журналистов в цифровой среде становится внимание аудитории.

Ключевые слова: цифровая журналистика, региональные медиа, социальные сети, мессенджеры, вовлеченность.

В современной цифровой среде важнейшим параметром, на основе которого исследователи оценивают эффективность работы локальных медиа, становится вовлеченность аудитории. Журналисты создают свои материалы в расчете на мультиплатформенную дистрибуцию, когда контент «переупаковывается» и становится пригоден для размещения не только в печатном издании, но и на сайте, в социальных сетях, мессенджерах. Переход к доставке контента на нескольких платформах повлек за собой необходимость для медиа выстраивать новые модели коммуникации в борьбе за внимание аудитории [1; 3].

В качестве базы эмпирического исследования были взяты 34 сайта государственных локальных медиа Республики Беларусь. Сайты были изучены с помощью инструмента веб-аналитики «Яндекс.Метрика». Исследование аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах выполнено с помощью аналитических сервисов Popsters и TGStat. Период исследования — первый квартал 2022 г., выборка — каждое третье локальное издание в стране.

Согласно данным метрик посещаемости, основная доля посетителей приходит на сайты из поисковых и рекомендательных систем. Прямой трафик на сайты локальных медиа чаще всего не превышает 7–10%. Также исследовались такие параметры, как время на сайте (в среднем не более 1,5–2,3 минут) и глубина просмотра (около 2,1–2,6 страниц).

В первом квартале 2022 г. самым посещаемым сайтом был интернет-ресурс барановичской газеты «Наш край» nashkraj.by (в среднем 45000 уникальных посетителей в сутки). В то же время, согласно данным сервиса «Яндекс.Метрика», из рекомендательных систем на сайт пришли 57,6% посетителей. Прямые заходы составили 5,7%. Переходы из поисковых систем — 22,7%, из социальных сетей — 3,7%. При этом основную часть переходов из рекомендательных систем принес Google Discover. Среднее время на сайте составило всего 1:15 мин., а глубина просмотра не превысила 1,46 страницы. Это самые низкие показатели вовлеченности среди 34 изученных нами сайтов.

Становится очевидным, что трафик из рекомендательных систем может исчезнуть так же быстро, как и прийти [4]. В частности, если в мае 2020 г. посещаемость сайта областной газеты «Гродзенская праўда» grodnonews.by достигала 39000 уникальных посетителей в сутки, то в феврале 2022 г. эта цифра составила в среднем 4000 — трафик уменьшился почти в десять раз. Таким образом, мы можем утверждать, что не все локальные региональные СМИ могут сформировать вокруг себя местное сообщество на своих сайтах.

Также результаты исследования показали, что в социальных сетях и мессенджерах эффективность работы локальных медиа нельзя оценивать исключительно исходя из общего

количества подписчиков. Главной метрикой здесь также становится внимание аудитории. Прирост количества реакций (комментариев, репостов, лайков) — это то, к чему должна стремиться редакция.

Наиболее успешны в социальных сетях, в частности, такие белорусские региональные издания, как «Аршанская газета», «Голас Любаншчыны», «Драгічынскі веснік», «Маяк», «Родныя вытокі», «Свабоднае слова», «Шлях перамогі» и др. Сообщества этих локальных медиа имеют наибольшие показатели вовлеченности.

В 2021 г. значительную популярность у белорусской аудитории завоевала платформа Telegram [2]. Среди 136 государственных региональных газет страны каналы в этом мессенджере имеют примерно каждое четвертое издание. Заслуживает внимания канал в Telegram районной газеты «Маяк» @berezaby. Показатели аккаунта: 3800 подписчиков, в среднем 13 постов в день, охват каждой публикации около 2 тыс. пользователей, ERR 51,7 %. С помощью бота каждый месяц проводятся опросы (например, «Если бы я был редактором информационного портала, то...»), их результаты затем публикуются на сайте bereza.by.

Таким образом, в условиях доминирования цифровых платформ важнейшей метрикой эффективности локальных медиа в цифровой среде становится внимание аудитории. Журналисты, в свою очередь, вынуждены приспосабливаться к меняющимся способам производства и потребления новостей.

Литература

1. Нигматуллина К. Р. Ценность коммуникации в цифровом пространстве // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17. № 1. С. 148–158. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-148-158.
2. Bykov I., Medvedeva M., Hradziushka A. (2021) Anonymous Communication Strategy in Telegram: Toward Comparative Analysis of Russia and Belarus // Proceedings of the 2021 IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar, 14–17. DOI:10.1109/ComSDS52473.2021.9422858.
3. Meier K. (2018) How Does the Audience Respond to Constructive Journalism? // Journalism Practice, 12(6): 764–780. DOI: 10.1080/17512786.2018.1470472.
4. Steensen S., Westlund O. (2020). What is Digital Journalism Studies? London: Routledge. DOI: 10.4324/9780429259555.

Ксения Владимировна Дементьева

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (Саранск)

dementievakv@gmail.com

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ БЛОГОСФЕРЫ

В РЕГИОНАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Рассматриваются этапы развития блогосферы на примере небольшого региона — Республики Мордовия. Проведен качественный анализ 70 наиболее популярных блогов.