

## **Печатные СМИ Полоцка и Новополоцка в Интернете**

**Ярмоц А.А.**, преподаватель, Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк

Одной из тенденций последних десятилетий является то, что медиа все больше сосредотачиваются на локальных, местных проблемах. Эта тенденция характерна как для печатных СМИ и телевидения, сокращающих свои зарубежные редакции и количество международных новостей в эфире, так и для интернет-СМИ.

Стоит отметить, что повышенный интерес новых медиа к региональной тематике является объективным процессом, обусловленным усилением роли регионов в политической, экономической и социальной жизни в постиндустриальный период развития человечества.

Для объяснения парадокса, что с усилением глобализации растет спрос на локальную специфику, английский социолог Р. Робертсон ввел в научный оборот термин «глокализация». По мнению ученого, глобальные и локальные тенденции «в итоге взаимодополняют и взаимопроникают друг в друга, хотя в конкретных ситуациях могут входить в соприкосновение» [1].

В Беларуси этот процесс протекает со своими особенностями, но общая тенденция также прослеживается. В сложившихся условиях особенно важна качественная работа регионального СМИ на главной площадке – в Интернете, которым сейчас пользуются более 60% населения Беларуси в возрасте от 6 лет и старше [2].

Сегодня в Беларуси зарегистрировано 135 государственных печатных СМИ, учредителями которых выступают местные органы власти, из них 23 работают в Витебской области. Все региональные газеты имеют собственные сайты [3, с. 48]. В Витебске, Полоцке, Новополоцке, Орше и некоторых районах они с разной степенью успешности конкурируют с частными интернет-сайтами. В этой работе мы рассмотрим печатные СМИ Полоцка и Новополоцка, которые адаптировали свою работу для Интернета на примере сайтов двух региональных газет: «Полацкі веснік» и «Новополоцк сегодня».

Определенным показателем для печатных средств массовой информации является тираж, но когда речь заходит об электронных СМИ мы можем определить буквальный «тираж» не всегда, а при наличии доступа к платным и бесплатным специализированным сервисам – LiveInternet, GoogleAnalytics, Яндекс.Метрика, SimilarWeb и другим [4, с. 113].

Важно, что Интернет, демократичная среда, интегрировавшая в себя различные СМИ – и текстовые, и аудиовизуальные, подразумевает

одинаковые правила для всех медиа и в остроконкурентной борьбе за потребителя может выиграть ресурс и новостного портала, и газеты, и телевидения, и даже радиостанции. Ограничения разных видов СМИ снимаются онлайн, и уже в каждом регионе по-своему складывается иерархия победителей и догоняющих, зависящая прежде всего от активности и умения действовать в интернете редакторов и журналистов того или иного медиа [5, с. 190].

Посещаемость сайтов изучаемых региональных СМИ является невысокой. Так, на страничку «Полацкага весніка» (далее «ПВ») в сутки заглядывают около 150-180 уникальных посетителей, в месяц – 2630, газеты «Новополоцк сегодня» (далее «НС») – 250-350, в месяц – 4225 (по данным за октябрь согласно Рейтинг@mail.ru). Посещаемость некоторых частных информационных порталов в полоцком регионе в это же время превышает 3 тысячи посетителей в будний день.

Не углубляясь в анализ причин, приведших к такому разрыву в интересе аудитории, отметим одну из основных – до сих пор во многих региональных редакциях Беларуси сайт воспринимается как клон печатной версии газеты с незначительными дополнениями в виде актуального прогноза погоды, курса валют, расписания общественного транспорта. Но контент в этом случае чаще всего идентичен тому, который видим в «родительском» издании. За редкими исключениями, это характерно и для печатных изданий Полоцка и Новополоцка, отказывающихся воспринимать интернет как полноценную медийную площадку со своими правилами и особенностями.

Самый очевидный пример – заголовки, качество которых является важным фактором посещаемости новостного контента сайта [7]. По некоторым подсчетам, заголовки сейчас читают впятеро больше людей, чем сам текст. Но региональные интернет-издания только в последнее время начинают адаптировать свои заголовки для интернет-аудитории, по большей части ограничиваясь перепечаткой газетной версии - неинформативной и безглагольной – «Проект будущего», «Линия жизни семьи Каримовых» (сайт «НС») и т. п [8].

Другая крайность - перегруженные информацией заголовки, которые не умещаются на главную страницу сайта – «О результатах производственно-хозяйственной деятельности ОАО «Полоцк-Стекловолокно» за шесть месяцев шла речь на информационной встрече коллектива» (сайт «ПВ»)[9].

Структура текстов, размещаемых на сайтах региональных газет, далеко не всегда соответствует уже устоявшимся правилам написания материалов для веб-СМИ, повторяя, как правило, структуру печатной публикации. Так, в материалах и «ПВ», и «НС» часто отсутствует лид,

текст представлен одним большим полотном без подзаголовков и выделений. Полоцкая газета не всегда указывает авторство статей на сайте, а новополоцкая – практикует размещение неактивных ссылок на первоисточник.

Есть серьезные недостатки в работе редакций по такому важному параметру как частота обновления сайтов. В период с 21 по 27 ноября 2016 года на сайте «НС» материалы появлялись с такой динамикой: понедельник – четыре текста, вторник – два, среда – пять, четверг – два, пятница – четыре. На выходных сайт не обновлялся. На сайте «ПВ» ситуация следующая: понедельник – один текст, вторник – четыре, среда – один, четверг – два, пятница – один, суббота – два. По-нашему мнению, для регионального веб-ресурса оптимальным вариантом выглядит размещение шести-восьми материалов в будний день и два-три в выходной. При этом стоит отметить, что в отличие от исключительно сетевых проектов региона (Gorod214.by, 0214.by, Ximik.info и другие), материалы сайтов, адаптированных к реалиям Интернета печатных изданий, как правило имеют более высокую журналистскую ценность.

И тем не менее, редакции не используют главные преимущества интернет-площадки – оперативность, разнообразие форматов представления материала, возможность общения с аудиторией напрямую. При наличии большого штата относительно частных интернет-сайтов полоцкого региона, «ПВ» и «НС» не всегда оперативно реагируют на актуальные события в городах. Причем если «Новополоцк сегодня» в последнее время стремится сообщать о значимых для горожан событиях только в Интернете, то «Полацкі веснік» в этом направлении пока не движется.

Кроме того, «НС» начал использовать различные онлайн-сервисы для визуализации контента на сайте издания. Это инфографики, созданные на базе Piktochart, тесты (Playbuzz) и другие варианты.

Что касается тематической направленности изучаемых изданий, то они довольно универсальны для государственных печатных изданий. Основной акцент делается на освещение деятельности местных органов власти, некоторых социальных вопросов, спортивных и промышленных достижений, интервью с представителями различных профессий, материалы об искусстве и культурных мероприятиях региона. В случае с «НС» не редкость и публикации рекомендаций и объявлений пресс-служб горисполкома, ГОВД, ГАИ и т.п.

Главное отличие изучаемых сайтов от их негосударственных конкурентов – невысокий процент проблемных материалов на политические, экономические и даже социальные темы. Подконтрольность региональных СМИ властным структурам характерна для подавляющего

большинства районных газет в Беларуси. Это не может не отражаться и на сайтах изданий, на которых находится место для видеоролика о том, как переходят через дороги утята в Китае, но нет информации об актуальных проблемах жильцов многоквартирных домов или повышении местных налогов (сайт «НС»).

Показательна в этом смысле история с полочанами из аварийного жилого дома по улице Е. Полоцкой, которые после четырех лет споров с местными чиновниками записали видеообращение к президенту страны и разместили его в YouTube. Многие региональные и республиканские сайты, в том числе TUT.BY, сообщили о предприимчивых горожанах и проследили за благополучным решением их вопроса. В то же время сайт «Полацкага весніка» не написал об этом ни одной заметки. Такая же ситуация сложилась и после резонансной истории с падением сосульки на голову мальчика в Полоцке. Так как освещение этого инцидента затрагивало качество работы органов ЖКХ, редакция «ПВ» не считала нужным сообщать об этом читателям. Не удивительно, что при такой избирательности информационных поводов издание не может стать модератором общественных дискуссий, площадкой, которой будут доверять жители региона.

Важным аспектом работы электронного СМИ является завоевание лояльной аудитории в социальных сетях. У «ПВ» на страницу ВКонтакте (ВК) подписаны 730 пользователей, в «Одноклассниках» – 861, в Facebook – 253, твиты от газеты получают 23 читателя. У «НС» аудитория ВК – 540 подписчиков, а остальные социальные медиа не имеют и 150 френдов. Но издание имеет аккаунт в Instagram, а на своем сайте периодически публикует популярные на сегодняшний день подборки фотографий из этого сервиса.

Для сравнения, отметим, что некоторые городские сообщества объединяют в ВК от 3 до 40 тысяч подписчиков, на страницу газеты «Вестник Нафтана» – издания прежде всего для работников нефтеперерабатывающего завода – подписано почти 1800 пользователей.

Отметим, что редакция «ПВ» размещает на сервисе YouTube обзоры грядущих выпусков газеты, аудитория которых составляет 10-20 пользователей. Больше на канале газеты никакие видеоматериалы не появляются. Новополоцкая газета более удачно работает с видеоматериалами, публикуя прежде всего короткие записи с культурных мероприятий.

Подводя итог, следует констатировать, что электронные версии государственных печатных СМИ Полоцка и Новополоцка в их нынешнем виде не выдерживают конкуренции с частными сайтами, и без

кардинальных изменений в подходах к работе в Интернете этот разрыв будет только увеличиваться.

#### *ЛИТЕРАТУРА*

1. Марушкина, И. Регіональні ЗМІ в епоху нових медіа / И. Марушкина // Mymedia.org.ua [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://mymedia.org.ua/articles/localmedia/reg\\_onaln\\_zm\\_v\\_epohu\\_novih\\_med\\_a.html](http://mymedia.org.ua/articles/localmedia/reg_onaln_zm_v_epohu_novih_med_a.html) – Дата доступа: 30.11.2016.
2. Белстат: более 60% белорусов пользуются интернетом каждый день // Telegraf.by [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <https://telegraf.by/2012/08/belstat-bolee-60-belorusov-polzuyutsya-internetom-kajdii-den> – Дата доступа: 13.10.2016.
3. Градюшко, А.А. Творческие инновации региональной веб-журналистики / А.А. Градюшко // Беларуская думка. – 2014. – №11. – С. 48–54.
4. Козлова, О.А. Интернет-медиа Волгограда: современное состояние и тенденции развития / О.А. Козлова // Вестник ВолГУ. – 2013. – №12. – С. 111–120.
5. Пустовалов, А.В. Информационные порталы и газеты: структуризация пермского новостного интернет-рынка / А.В. Пустовалов // Российская и зарубежная филология. – 2014. – Вып. 1(25) . – С. 189–197.
6. Интернет-СМИ: Теория и практика / под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 348 с.
7. Амзин, А.А. Новостная интернет-журналистика / А.А. Амзин. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 68 с.
8. Новополоцк сегодня [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <https://novaaya.by> – Дата доступа: 13.10.2016.
9. Полацкі веснік [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <https://pvestnik.by> – Дата доступа: 13.10.2016.