

А. А. Градюшко
Белорусский государственный университет
Минск (Беларусь)

КОНТЕНТ-СТРАТЕГИИ ГОРОДСКИХ ОНЛАЙН-МЕДИА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ (БЕЛОРУССКИЙ КОНТЕКСТ)

Ключевые слова: городские медиа, цифровые технологии, мобильный интернет, медиапотребление, визуальный контент, интернет-коммуникации, социальные медиа.

Городские интернет-издания видятся нам наиболее активным и перспективным сегментом медиасистемы в цифровой среде. Ряд городских сайтов в Республике Беларусь представляют собой успешные интернет-проекты, которые в регионах на равных с республиканскими медиа борются за читательское внимание. Изучение их контент-стратегий представляет большую ценность.

Целью исследования стало теоретическое обобщение и практическое осмысление развития городских медиа в сети Интернет. Проанализирована творческая деятельность городских онлайн-медиа CityDog.by, S13.ru, Hrodna.life, Gomel.today, Binkl.by, BobrLife.by, Intex-Press.by, Gorod214.by, Minsknews.by, The-Village.me. Изучена история становления и эволюции городских сайтов в информационном пространстве. Исследована модификация творческих методов и приемов в работе журналиста городского интернет-СМИ. Выявлены новые творческие стратегии дистрибуции нового контента в современных цифровых форматах.

Практическим материалом исследования послужили сайты 10 городских онлайн-медиа Республики Беларусь. Эмпирическую базу исследования составило также интервьюирование 7 экспертов, в числе которых редакторы интернет-версий и топ-менеджеры наиболее влиятельных белорусских локальных интернет-СМИ. Кроме того, было проведено анкетирование 85 руководителей государственных районных газет.

При определении эффективности работы сайтов городских онлайн-медиа мы руководствовались следующими критериями: посещаемость, соотношение количества уникальных посетителей и

численности населения города, качество трафика сайта, глубина просмотра и время посещения; частота обновления контента, его уникальность, набор жанров и форматов; использование мультимедийных элементов (фото, видео, инфографики, карт и др.); дизайн сайта, адаптация для мобильных устройств, функции и навигация сайта; взаимодействие с социальными сетями, вовлечение аудитории, понимание специфики различных платформ; видимость в поисковых системах по ключевым запросам; успешность монетизации.

По итогу получилась комплексная оценка эффективности сопровождения локальных онлайн-медиа в интернете. Актуализирован вопрос о новых формах и технологиях взаимодействия газет с аудиторией. Установлено, что в новых условиях с учетом роста дигитализации информационно-коммуникативной сферы городские медиа так или иначе должны интегрироваться в цифровой мир. Рассмотрены наиболее успешные примеры цифровых трансформаций местных медиа. Дана оценка актуального состояния региональной медиасреды Республики Беларусь и обозначены возможные векторы развития медиаотрасли с учетом как факторов глобального характера, так и национальной специфики.

Покажем это на примере информационного пространства города Барановичи, который занимает восьмое место в Республике Беларусь по численности населения (180 тыс. человек). Посещаемость сайта государственной газеты «Наш край» nashkraj.by составляет около 15–20 тыс. уникальных посетителей в сутки. Это один из самых высоких показателей среди государственных региональных интернет-СМИ. В то же время в городе выходит частный еженедельник «Intex-Press». Посещаемость сайта intex-press.by достигает 120 тыс. уникальных посетителей. Этот интернет-портал является крупнейшим независимым региональным проектом с быстрорастущей аудиторией. За период с 2016 по 2018 год аудитория интернет-площадки выросла более чем в 12 раз.

В ходе исследования выяснилось, что редакции «Intex-Press» пришлось серьезно перестроить организационную структуру издания, изменить дизайн сайта и газеты, создать новые форматы материалов, усовершенствовать организацию рабочего процесса, разработать новую систему материального и морального стимули-

рования сотрудников. Это подтверждает вывод о необходимости трансформации редакционного менеджмента в эпоху дигитализации [1. С. 203]. В итоге редакция получила полноценное онлайн-издание с большой аудиторией, профессиональный коллектив единомышленников, который может работать на различных платформах, возможность монетизировать полученную аудиторию. На базе страницы редакции «ВКонтакте» образовалось городское сообщество, в которое входит более 30 тыс. участников.

Свою миссию редакция «Intex-Press» видит в том, чтобы информировать о событиях, понимать острые социальные проблемы, развлекать аудиторию, формировать национальную идентичность. Редакция рассказывает о жизни горожан, их проблемах, совместно ищет пути решения. В этом состоит коммуникационная стратегия издания. В лучшие годы тираж газеты «Intex-Press» достигал 20 тыс. экз. Сегодня он не превышает 8 тыс. экз. В редакции считают, что газета будет локомотивом еще на 3-5 лет. Сегодня более 46 % рекламных доходов редакция уже получает от сайта. В «Intex-Press» обеспокоены нарастающей зависимостью от платформы «Яндекс.Дзен» (66,20 % аудитории сайта – из России), а также тем, как привлечь на сайт молодежь, для которой характерна клиповизация мышления [3. С. 107].

Другие белорусские онлайн-издания в регионах также успешно экспериментируют с новыми схемами организации работы, форматами контента, моделями монетизации и др. Путем мониторинга удалось установить, что лучше всего это удается частным онлайн-медиа. Это, например, «Инфо-Курьер». Было выявлено, что редакция успешно распространяет контент на трех платформах. Ежедневные новости размещаются на сайте kurjer.info. Редакция также имеет новостные профили с активной аудиторией и собственным контентом в пяти социальных сетях, стараясь сформировать городское комьюнити [4. С. 177]. Значительных успехов в региональном информационном пространстве Республики Беларусь добились также сайты частных онлайн-медиа «Сильные новости Гомеля» gomel.today, «Блог Гродно s13» s13.ru, «Городской портал Полоцка и Новополоцка» gorod214.by и некоторые другие.

К настоящему моменту городские медиа Республики Беларусь накопили достаточный опыт в освоении интернет-пространства.

Перед СМИ, которые хотят быть конкурентоспособными в медиасфере интернета, сегодня стоит дилемма: идти за читателем, учитывая предпочтения аудитории, или держать марку серьезного издания в ущерб трафику. Было выявлено, что содержательно-тематическая концепция сайта должна формироваться с учетом реальных проблем города. Избыток официальной информации не лучшим образом сказывается на посещаемости сайтов региональных медиа. С помощью инструментов интернет-статистики были определены читательские предпочтения. Как показывает практика, наибольший отклик у читателей вызывают ДТП, криминал, конфликты.

В последнее время значительные изменения связаны с развитием мобильного интернета. Сегодня приоритетной платформой потребления контента массовой коммуникации стали мобильные гаджеты. Было установлено, что около 60% аудитории сайтов городских медиа Республики Беларусь уже составляют пользователи мобильных устройств. Смартфон занимает важнейшее место в системе мультиплатформенной коммуникации [5. С. 11].

Исследование показало, что процесс цифровизации общества оказывает влияние на все сегменты медийной индустрии как в глобальном, так и в национальном аспекте. Технологические изменения ставят вопросы о необходимости поиска новых инструментов создания журналистских текстов в цифровой среде [2. С. 5]. Современная медиаиндустрия Республики Беларусь показывает положительную динамику развития в период цифровых трансформаций. Это касается как системы производства, упаковки и доставки контента, так и других важнейших аспектов профессиональной деятельности.

Список литературы

1. Вырковский А. В. Трансформация редакционного менеджмента под влиянием дигитализации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2016. Т. 16. № 2. С. 203–210.
2. Загидуллина М. В., Симакова С. И., Александров Л. Г., Свитич Л. Г. и др. Судьба печатной прессы в эпоху Интернета: кол-

лектив. моногр. / под ред. М. В. Загидуллиной, С. И. Симаковой. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2018.

3. Симакова С. И. Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных коммуникаций в СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 2 (24). С. 107–118.

4. Черепанова Л. Л. Районная газета или социальные сети: выбор аудитории // Мультимедийная журналистика : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1-2 марта 2018 г. Минск: Изд. центр БГУ. С. 177–181.

5. Bykov I., Hradziushka A., Ibrayeva G., Turdubaeva E. Instant Messaging for Journalists and PR-practitioners: A Study of Four Countries // Lecture Notes in Computer Science. 2018. № 11193. P. 257–269.

Градюшко Александр Александрович – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики, Белорусский государственный университет, webjourn@gmail.com.

А. В. Грошева

Челябинский государственный университет

Челябинск (Россия)

ТРАНСФОРМАЦИЯ СМЫСЛОВ КОНЦЕПТА «НАЦИЯ» В ДИСКУРСЕ НОВЫХ ГОРОДСКИХ МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ «THE VILLAGE»)

Ключевые слова: концепт, медиалингвистика, нация, национальность, городские медиа, ценности, медиа.

Ценностный подход к изучению медиа (аксиология журналистики) на сегодняшний день переживает так называемую стадию утверждения: появившись не так давно, откликнувшись на запросы времени, новая исследовательская парадигма находится в поисках и формировании целей, задач и методов. В качестве наиболее надежного и точного метода для ценностного изучения медиа ис-