

Градюшко А.А.,

доцент кафедры медиалогии и веб-журналистики
Белорусского государственного университета, Минск

Районная газета в цифровом медиапространстве (на материале белорусских СМИ)

Регionalные интернет-издания, которые стремятся полноценно освещать жизнь локального сообщества, видятся нам наиболее активным и перспективным сегментом медиасистемы в цифровой среде. Ряд сайтов районных газет в Республики Беларусь представляют собой успешные интернет-проекты, которые на равных с общереспубликанскими медиа борются за читательское внимание. Важной задачей нам представляется обозначить современное состояние региональной медиасферы в период ее перехода к цифровому формату и проанализировать эффективность работы белорусских региональных СМИ онлайн-среде.

Дискурсы и медиапрактики журналистики регионов находятся в центре внимания многих исследователей как Республики Беларусь, так и Российской Федерации. Как отмечает Ю.М. Ершов, «местные журналистские коллективы по-прежнему используют апробированные десятилетиями редакционные механизмы проверки фактов и, как правило, поддерживают высокие профессиональные стандарты, которые не допускают публикации дискредитирующих кого-либо измышлений» [3, 253]. Приходится констатировать, что наряду с позитивными переменами цифровизация

медиапространства несет и определенные негативные последствия, отрицательно сказываясь на достоверности, качестве, объективности информационных потоков.

Большой массив работ также посвящен особенностям трансформации медиасреды в условиях глобальной цифровизации. Установлено, что «новые технологические возможности редакций и медиаконвергентные процессы существенно влияют на труд журналистов, темп и характер работы в редакциях» [6, 407]. Значительные изменения наблюдаются и в медиапотреблении молодежи. Увеличивается процент визуального контента в онлайн-медиа [7, 107]. В последние годы значимое место в профессиональных коммуникациях начали занимать мессенджеры [9, 257].

Под влиянием названных выше факторов трансформируется и региональная медиасистема Республики Беларусь. Возрастает роль цифровых технологий в производстве журналистских текстов. Изменения затрагивают жанры и тематику СМИ, методы и приемы профессиональной деятельности, экономические стратегии и бизнес-модели, каналы распределения и доставки контента. На вызовы профессиональной среды отвечает и журналистское образование, которое «в цифровую эпоху становится все более технологичным и все более практико-ориентированным» [2, 16].

Эмпирическим материалом исследования послужили сайты 132 государственных печатных СМИ Республики Беларусь, учредителями которых выступают областные, городские и районные исполнительные комитеты, а также 5 наиболее популярных частных региональных сайтов. Научную базу исследования составило также интервьюирование 10 экспертов, в числе которых редакторы интернет-версий и топ-менеджеры наиболее влиятельных белорусских локальных интернет-СМИ. Кроме того, было проведено анкетирование руководителей более чем 100 государственных районных газет.

По результатам мониторинга было установлено, что среднесуточная аудитория сайтов государственных печатных СМИ обычно не превышает 2-3% от численности населения региона. Результаты анализа показали, что в лучшем случае среднесуточный охват аудитории достигает 7-8%, а в ряде случаев это показатель составляет не более 0,5-1,5%. Было выявлено, что паблики в социальных сетях являются основными площадками, откуда местные жители получают новости о своем городе. В структуре посещаемости крупных интернет-СМИ значимое место занимает трафик из сервисов «Яндекс.Дзен» и «Яндекс.Новости». Переходы по ссылкам на этих сайтах в отдельные дни дают сайтам до 50-60% трафика. В этом контексте мы согласны с К.Р. Нигматуллиной, которая полагает, что «сегодня конкуренцию журналистам составляют и непрофессиональные производители информации, и новые технологии, позволяющие агрегировать контент» [2, 225].

Причины низкой популярности сайтов районных газет – дублирование в интернете содержания печатных изданий, недостаточная визуализация контента, отсутствие мультимедийных элементов, размещение контента в социальных сетях без его соответствующей адаптации. Как показало исследование, на сайтах государственных региональных СМИ приоритет отдается материалам о работе местной власти. В ходе анкетирования руководителей государственных местных СМИ, на вопрос «Как вы могли бы охарактеризовать отношения вашей редакции с учредителем?» 72,2% назвали их партнерскими и равноправными, однако 11,1% респондентов отметили, что местная власть активно вмешивается в дела редакции. Несколько журналистов назвали их чисто формальными, некоторые затруднились отметить.

В ходе анкетирования респондентам были также заданы открытые вопросы: «Перечислите наиболее актуальные проблемы региональной журналистики» и «В чем причина

того, что недостаточно освещаются темы, которые Вы считаете важными?». Получены, в частности, следующие ответы: «Региональная журналистика очень зависима, к сожалению, от учредителя и его одобрения (неодобрения)», «Недозволенность освещения каких-либо событий (проблемы дорог, здравоохранение и т.д.)», «Недостаток взаимопонимания с органами местной власти», «Замалчивание проблем ответственными службами», «Несвоевременное предоставление информации от официальных источников», «Болезненное реагирование на критику».

Подобная ситуация, впрочем, характерна и местных медиа в ряде регионов Российской Федерации. По ряду объективных и субъективных причин они остались зависимыми от местных администраций. В районных газетах значительную площадь занимает официальная информация и материалы о решениях местной власти. Для удовлетворения информационных потребностей населения этого явно недостаточно. По мнению Л.Л. Черепановой, «эти особенности работы районных газет в сочетании с тенденцией перехода читателей на цифровые носители информации и новые каналы коммуникации обнаруживают проблемы качества информирования населения локальной территории» [8, 179].

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 года 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 стимулирования сотрудников. Это подтверждает вывод о необходимости трансформации редакционного менеджмента в эпоху дигитализации [1, 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.

В качестве удачного примера того, как дигитализация влияет на региональную медиасреду Республики Беларусь, мы можем также привести сайт газеты «Ашмянскі веснік» osh.by (г. Ошмяны Гродненской обл.). Издание не дублирует на сайте материалы газеты. Сайт обновляется каждый день, в том

числе в выходные дни. На сайте размещается мультимедийный контент (фото- и видеоматериалы). Заголовки и тексты адаптируются для размещения в интернете. В структуре трафика в сентябре 2018 г. 36% занимали переходы из поисковых систем, 25% – прямой трафик, 34% – переходы из социальных сетей. Глубина просмотра составила 2,05 страницы, среднее время пребывания на сайте – 2:13 мин.

Таким образом, мы установили, 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 этом контексте мы согласны с С.Н.Ильченко, который отмечает, что «в погоне за трафиком не надо забывать о достоверности информации» [4, 104].

В качестве одного из современных трендов развития региональной медиасферы мы отмечаем также значительное увеличение публикаций, содержащих мультимедийные элементы (фото, видео, карты, тесты и др.). В последнее время значительные изменения связаны с развитием мобильного интернета. Сегодня приоритетной платформой потребления контента стали мобильные гаджеты. Было установлено, что около 60% аудитории сайтов региональных медиа Республики Беларусь уже составляют пользователи смартфонов. Очевидно, что региональные онлайн-медиа встречаются с новыми вызовами.

Исследование показало, что процесс цифровизации 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. 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.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вырковский А.В. Трансформация редакционно-менеджмента под влиянием дигитализации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. – 2016. Т. 16, №2. – С. 203–210.
2. Ершов Ю.М. Модели журналистского образования в цифровую эпоху // Журналистский ежегодник. – 2016. № 5. – С. 13–16.
3. Ершов Ю.М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик. Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2018. № 52. – С. 245–256.
4. Ильченко С.Н. Достоверность политической информации: мечта или реальность современных электронных СМИ? // Электронные СМИ и политическая жизнь общества. Санкт-Петербург, 2018. – С. 104–114.
5. Нигматуллина К. Р. Журналистское образование и вызовы профессиональной среды // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. Т. 27. №18.– С. 225–229.
6. Свитич Л.Г. Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. №5 (360). – С. 406–414.
7. Симакова С.И. Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных

коммуникаций в СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. №2 (24). – С. 107–118.

8. 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.
9. Bykovi., HradziushkaA., IbrayevaG., Turdubaeva E. Instant Messaging for Journalists and PR-practitioners: A Study of Four Countries // Lecture Notes in Computer Science. 2018. № 11193. P. 257–269.