

Александр Александрович Градюшко
Белорусский государственный университет
Минск
e-mail: webjourn@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Аннотация. В статье рассматривается специфика функционирования медиасреды Республики Беларусь в цифровом пространстве. Материалом для выполнения исследования послужили сайты 136 региональных газет, а также их аккаунты в социальных сетях и мессенджерах. Выявлены приемы распространения новостного контента на различных цифровых платформах. Разработаны технологии повышения эффективности средств массовой информации в условиях цифровизации. Показано, что региональным СМИ необходимо быстро адаптироваться к условиям меняющегося медиапространства, что позволит увеличить аудиторию.

Ключевые слова: медиапространство, цифровая журналистика, региональные медиа, платформы, аудитория, вовлеченность.

PECULIARITIES OF THE REGIONAL MEDIA OF REPUBLIC OF BELARUS IN THE DIGITAL ERA

Abstract. The article examines the specifics of the functioning of the media environment of the Republic of Belarus in the digital space. The material for the study was the websites of 136 regional newspapers, as well as their accounts in social networks and instant messengers. Techniques for distributing news content on various digital platforms are revealed. Technologies have been developed to improve the efficiency of the media in the context of digitalization. It is shown that regional media need to quickly adapt to the conditions of the changing media space, which will allow them to increase their audience.

Keywords: media space, digital journalism, regional media, platforms, audience, involvement.

Цифровизация стала неотъемлемым условием развития белорусского медиапространства. Сегодня, когда в стране более 82% населения подключено к интернету, региональные средства массовой информации стремятся внедрять цифровые технологии в свою работу. Актуальной

задачей представляется разработка стратегии развития региональных медиа в цифровой среде, способствующей оптимизации творческого процесса и повышению эффективности деятельности редакций.

Вопрос влияния цифровых технологий на региональную журналистику стал одной из актуальных тем исследований В. В. Абашева, Н. А. Аргылова, О. Р. Алевизаки, О. С. Довбыш, В. Ф. Олешко, Л. Н. Павловой, И. М. Печищева, Л. Г. Свитич и других ученых. В их работах отражены существенные изменения в организации работы редакций, содержательно-тематической структуре, приемах написания заголовков и текстов, формах взаимодействия с аудиторией. Вместе с тем ряд проблем творческой деятельности региональных СМИ Республики Беларусь в условиях цифровизации остаются недостаточно изученными. Не в полной мере обобщен опыт организации работы белорусских региональных медиа в цифровой среде. Недостаточно исследованы особенности творческой деятельности журналистов в цифровую эпоху.

Цель исследования – теоретико-экспериментальное обоснование и оценка степени влияния цифровых технологий на развитие медиапространства Республики Беларусь. В качестве базы эмпирического исследования были взяты сайты региональных государственных СМИ, их сообщества в наиболее популярных социальных сетях («ВКонтакте», Instagram) и мессенджерах, а также каналы на платформе YouTube. Исследование проводилось в период с 1 января по 30 июня 2021 г.

Совершенно очевидно, что региональное медиапространство заметно и масштабно трансформируется. Многочисленные исследования подтверждают, что «количество пользователей (и просмотров) уже перестало быть главным параметром в измерениях онлайн-аудитории» [Любимцева 2020, с. 56]. При этом «важной характеристикой востребованности издания является лояльность аудитории, степень которой косвенно характеризуют доли прямых заходов на сайт издания и заходов на сайт с помощью ссылок в социальных сетях» [Абашев, Печищев 2018, с. 22]. В то же время «для снижения рисков смешения классического журналистского творчества с PR-деятельностью, истощения кредита доверия со стороны общества следует добиваться минимизации реализации властных и бизнес-целей (инструментальная ипостась журналистики) и усиления общественных целей (самоценная ипостась)» [Павлова, Аргылов 2021, с. 139].

Белорусские региональные медиа к 2021 г. накопили определенный опыт в освоении интернет-пространства. Многие журналисты создают свой материал не для какого-то одного канала коммуникации (газеты или сайта), а в расчете на мультиканальную дистрибуцию, когда контент «переупаковывается» и становится пригоден для размещения не только в печатном издании, но и на сайте, в социальных сетях, мессенджерах.

Посещаемость сайта является одним из важнейших параметров эффективности интернет-ресурса. В частности, можно отметить «Гродзенскую праўду» (32 000 уникальных посетителей в сутки), «Наш край» (25 300), «Гомельские ведомости» (28 000). В 2021 г. значительно увеличилась доля посетителей, которые приходят на сайты из рекомендательных систем. Мы можем утверждать, что именно доля прямых заходов на сайт говорит о высокой лояльности. Такая аудитория возвращается на сайт снова и снова. Наши выводы показывают, что у наиболее успешных государственных изданий Республики Беларусь эта цифра не превышает 10–15%, что не позволит им сформировать вокруг себя местное сообщество в интернете.

Поскольку сайт уже не является основной площадкой, региональным медиа необходимо наращивать присутствие в социальных сетях, мессенджерах, на видеохостинге YouTube. Важно также регламентировать работу с контентом с учетом специфики каждой социальной сети. Многочисленные исследования подтверждают тот факт, что главной метрикой эффективности работы региональных СМИ в социальных сетях становится вовлеченность аудитории [Пустовалов, Сидорова 2020, с. 125]. Прирост количества реакций (комментариев, репостов, лайков) – это то, к чему должна стремиться редакция. Серьезной ошибкой будет подсчитывать общее количество подписчиков во всех соцсетях и на основе этой цифры оценивать успешность регионального СМИ.

Анализ сообществ в соцсетях позволяет утверждать, что распространенной ошибкой, которую допускают редакции многих белорусских региональных СМИ, является публикация в соцсетях только ссылок на сайт. В том случае, если опубликованные в газете материалы просто выкладываются на сайт, а затем ссылки на них размещаются в социальных сетях, эффективность работы на цифровых платформах является крайне низкой. Для социальных платформ надо делать отдельный контент или адаптировать материалы сайта. В подводке к посту

необходимо давать понять, о чем история, но не рассказывать ее. Нет также необходимости тратить силы на сопровождение сообществ, в которых малая активность подписчиков.

Значительное количество подписчиков вовсе не говорит о том, что сообщество работает эффективно. Наибольшие показатели активности аудитории зафиксированы, в частности, в сообществах изданий «Хойніцкія навіны», «Маяк», «Дняпровец» и др. Показателем вовлеченности в соцсетях принято считать ER (Engagement Rate). Это процентное отношение пользователей, которые взаимодействуют с сообществом, к общему количеству подписчиков. Обращает на себя внимание небольшое количество комментариев в большинстве исследованных сообществ.

Сегодня, несмотря на имеющиеся в отечественной науке публикации и исследования, актуальным является поиск и изучение новых медийных форматов, которые успешно используются региональными СМИ в цифровую эпоху. В настоящее время возрастает влияние на формирование новостной повестки платформы Instagram. Наиболее востребованным форматом новостей в Instagram нам представляются новостные истории (Stories). Очевидно, что редакциям необходимо использовать различные медиаформаты («цифра дня», «цитата дня», инфографика, тесты, игры и др.).

Важнейшей тенденцией, оказывающей влияние на развитие региональной медиаиндустрии, является активное использование мессенджеров. В 2021 г. значительную популярность у белорусской аудитории завоевала платформа Telegram. Анализ каналов показал, что некоторые СМИ используют Telegram исключительно как ленту ссылок на основной сайт, что нельзя считать эффективной стратегией. Необходимо использовать в каналах интерактивные формы (опросы, комментарии, чат-боты и др.).

Таким образом, цифровая трансформация стала важнейшим условием развития региональных медиа Республики Беларусь. Цифровая эпоха заставила их справляться с рядом серьезных вызовов, в числе которых – необходимость реорганизации работы редакции, требование создавать контент для разных медиаплатформ, в том числе социальных сетей и мессенджеров. Многие редакции испытывают трудности с кадровыми ресурсами. Главная миссия региональных медиа в цифровой среде видится нам уже не в информировании аудитории, а в построении и удержании вокруг себя местного сообщества.

Литература и источники

1. Абашев В.В., Печищев И.М. Городские сетевые издания как агенты урбанизации // Город и медиа: материалы Междунар. научн.-практ. конф. «Новые городские медиа в медиаландшафте России», Пермь, 1–2 июня 2018 г. / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2018. С. 9–29.
2. Любимцева М.А. Факторы, влияющие на время чтения и дочитываемость материалов онлайн-медиа (кейс Lady.mail.ru) // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2020. № 2. С. 53–84.
3. Павлова Л.Н., Аргылов Н.А. Новостная журналистика: практика подмены функций // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2021. Т. 26. № 1. С. 132–141. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-1-132-141>
4. Пустовалов А.В., Сидорова П.И. Группа «Пермь активная» как медиафеномен // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1 (35). С. 120–127.

Елена Васильевна Давлетшина

Южно-Уральский государственный университет

Челябинск

e-mail: davletshinaev@susu.ru

ПРЕСС-ТУР КАК СРЕДСТВО ДЕМОНСТРАЦИИ ПУТИ НАУЧНОЙ МЫСЛИ ОТ ИДЕИ ДО ИСПЫТАНИЯ ГОТОВОГО ПРОДУКТА

Аннотация. Статья подготовлена на основе анализа организации и проведения специального мероприятия (пресс-тура) для журналистов региональных и федеральных средств массовой информации по лабораториям высшего учебного заведения с целью презентации полного цикла реализации проекта университета по созданию одноступенчатой ракеты-носителя многократного использования в рамках Уральского межрегионального научно-образовательного центра мирового уровня «Передовые производственные