

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГАЗЕТ РЕГИОНАЛЬНОГО ХОЛДИНГА «МИНСКАЯ ПРАЎДА» В КОНВЕРГЕНТНОЙ СРЕДЕ

А. Ю. Сарвета

Белорусский государственный университет, г. Минск;

anastasijasarweta@gmail.com;

науч. рук. – Е. И. Кунаховец-Плевако, ст. преп.

Для современных печатных СМИ процесс конвергенции является ключевым в условиях активного развития новых информационно-коммуникационных технологий. Интернет-платформа стала не только необходимым дополнением к бумажной версии газеты, но и совершенно новым востребованным каналом информации. Издания регионального медиахолдинга «Минская праўда» сегодня активно осваивают интернет-пространство: имеют представительство во всех социальных сетях (Instagram, Facebook, «Одноклассники», Twitter, «ВКонтакте») и даже развивают свои TikTok-каналы. Однако по-прежнему далеко не все из редакций имеют четкое представление о линии поведения в интернете.

Ключевые слова: конвергенция; медиахолдинг; контент; социальные сети; интернет-пространство.

В структуру медиахолдинга «Минская праўда» сегодня входят четыре газеты: областная «Минская праўда» и три районные – «Чырвоная зорка» (Узденский р-н), «Узвышша» (Дзержинский р-н), «Прысталічча» (Минский р-н). В ноябре 2020-го в ходе очередной реорганизации в состав объединения влилась радиостанция «Минская волна». Также у медиахолдинга есть свой интернет-портал, именуемый МЛЫН.ВУ. Генеральным директором информационного агентства является Лариса Михайловна Коршун.

Медиахолдинг «Минская праўда» объединяет 101 сотрудника, 53 из них – творческие. Редакции стараются следить за трендами и поддерживать работу не только собственных сайтов, но и аккаунтов в социальных сетях. Однако штатная структура входящих в состав холдинга изданий разнится: если областная газета имеет в своем распоряжении специалистов, отвечающих исключительно за соцсети и сайт, трудовые ресурсы «районок», как правило, ограничены. Безусловно, это сказывается на качестве контента, размещаемого в сети.

Одним из важнейших факторов развития интернет-журналистики сегодня становится визуализация. Почти все редакции изданий медиахолдинга умеют с ней грамотно работать: изображения на сайтах качественные и размещаются в достаточном количестве. Исключением, пожалуй, можно считать лишь интернет-ресурс узденской районной газеты «Чырвоная зорка». Здесь

материалы не всегда сопровождаются визуальными элементами и зачастую представлены только текстовым блоком.

Не все издания холдинга «Мінская праўда» в полной мере используют и коммуникативные возможности интернет-СМИ. Многие из них пошли по классической для региональных СМИ республики схеме: разом зарегистрировали свои страницы почти во всех возможных соцсетях, не учитывая их особенностей, разницу аудиторий и подходы к ведению аккаунтов. Безусловно, на это влияют многие факторы: и скорость внедрения новых технологий, и кадровый состав редакций, и их экономическое положение. Однако очевидно, что онлайн-медиа Беларуси должны непрерывно эволюционировать, чтобы выжить в цифровом мире.

Тщательная проработка тех или иных аккаунтов еще в процессе. Уже есть представительства редакций на перспективных площадках: для Беларуси, согласно исследованию, Digital 2022, это в первую очередь «ВКонтакте», Instagram и TikTok, а также потенциал для их заполнения [1]. Однако должное внимание им не всегда уделяется, что может стать большим упущением для дальнейшего продвижения. Сотрудники медиахолдинга используют довольно «холодные» способы работы с аудиторией, в них нет персонализации. У пользователя не возникает ощущения, что издание обращается именно к нему. Кроме того, из-за дублирующейся в социальных сетях информации с сайтов читатели проявляют низкую вовлеченность, так как они не заинтересованы в дополнительном просмотре страниц, где параллельно всплывает большое количество новостей и рекламных объявлений. На наш взгляд, наиболее перспективным направлением продвижения контента сегодня видится создание и ведение TikTok-каналов. Данную платформу уже освоила «Мінская праўда», где добилась высоких показателей. Аккаунт областной газеты насчитывает 32,2 тыс. подписчиков. Эта цифра значительно отличается от других цифровых показателей данной газеты на других платформах (табл.). Это можно объяснить тем, что данная социальная сеть является одной из самых популярных в Беларуси [1]. Кроме того, пользователи любят получать информацию через короткие видеоролики.

Количество подписчиков газеты «Мінская праўда» в социальных сетях

Соцсеть	Количество подписчиков
TikTok	Больше 32 тыс.
«ВКонтакте»	14 175
Instagram	13 569
«Одноклассники»	10772
Facebook	5600
Twitter	802

Таким образом, грубыми ошибками в ведении изданиями страничек в социальных сетях можно считать: отсутствие разнообразных форм подачи информации, нерегулярность размещения постов, плохая адаптация материалов под каждую из платформ и отсутствие вовлекающего контента.

Наши рекомендации по улучшению работы медиахолдинга «Мінская праўда» в конвергентной среде:

- сделать акцент не на количестве, а на качестве;
- Для постов это качественная картинка видео, обложка, титры. Для stories – единое оформление, разнообразие форматов и интерактив.
- повысить вовлеченность;

Можно попросить аудиторию высказать свое мнение, поделиться опытом в комментариях и опубликовать посты, которые направлены на получение реакций, например: «Узнали это место?» или «Придумайте оригинальное название материала» и др.

- регулярно размещать контент;
- адаптировать его под каждую из платформ, опираясь на целевую аудиторию;
- разнообразить форматы публикаций;

Можно вводить новые рубрики (например: «Цифра дня», «Подборка лучших фотографий за неделю»), проводить конкурсы, опросы, использовать анимации, эмодзи, но, конечно, в разумном количестве.

- интересно и красиво себя подавать.

Это касается обложки, описания и ленты. Если это описание, то оно должно быть интересным и мотивирующим. Если это лента, то посты в ней, несмотря на различные форматы, должны быть выполнены в какой-то единой концепции: с основными 3-4 цветами, с определенными шрифтами. Ну и, конечно, правильно подавать не только свой аккаунт или сообщество, но и материал. Подводка все также продолжает играть значимую роль. Она должна быть краткой, динамичной и с интригой. Это увеличивает шансы материала быть прочитанным и шансы журналиста быть услышанным.

Библиографические ссылки

1. Digital 2022: Belarus [Electronic resource]. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-belarus> (date of access: 07.03.2022).