

Научная статья

УДК 070.23(1-37) + 070.23(1-22) + 070.1:004.77 + 004.774.6 + 007.51

DOI 10.15826/izv1.2023.29.2.028

**РАЙОННЫЕ ГАЗЕТЫ:
ИТОГИ ДЕСЯТИЛЕТНЕГО РАЗВИТИЯ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ
(на примере изданий Новосибирской области)**

Виктория Евгеньевна Беленко

Новосибирский государственный университет,

Новосибирск, Россия,

viktoria_belenko@mail.ru,

<https://orcid.org/0000-0002-8622-7323>

А н н о т а ц и я. В статье рассматривается развитие газет муниципальных районов Новосибирской области и их сайтов за последнее десятилетие. Источниками данных для анализа стали социологические исследования, которые ежегодно проводятся по заказу администрации области. При анализе представленности газет в интернете фиксировались: дата создания домена, количество страниц на сайте, количество посетителей, данные по оптимизации сайтов для работы на десктопе и мобильных устройствах.

В ходе работы было выявлено, что за десять лет аудитория печатных номеров сократилась в 1,5–2 раза, причем сильнее всего у газет, доля аудитории которых была наибольшей в своих районах. Параллельно шли процессы освоения нового информационного пространства: создание и развитие сайтов, систематическое обновление их материалов. Сейчас сайты есть у всех рассмотренных газет (за одним исключением), однако их посещаемость невелика: несколько десятков человек в день.

К л ю ч е в ы е с л о в а: районная газета; сельская районка; интеграция в интернет; сайт газеты; посещаемость; аудитория газет

**DISTRICT NEWSPAPERS:
THE RESULTS OF TEN YEARS OF DEVELOPMENT
IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION
(on the Example of Publications of the Novosibirsk Region)**

Viktoriya E. Belenko

Novosibirsk State University,

Novosibirsk, Russia,

viktoriya_belenko@mail.ru,

<https://orcid.org/0000-0002-8622-7323>

Abstract. The article examines how the newspapers of the municipal districts of the Novosibirsk region have grown in the last decade, what their websites are have developed. The data sources for the analysis were sociological studies, conducted annually by order of the regional administration. When analyzing the representation of newspapers on the Internet, we took into account the following: the date of creation of the domain, the number of pages on the site, the number of visitors, and the data on the optimization of sites for desktop and mobile devices.

It was found out, that in ten years the audience of printed issues has decreased by 1.5–2 times. The newspapers with the largest audience lost it most of all. In parallel, there were processes of mastering a new information space, not only creating, but also developing websites, systematically updating materials on them, striving to make them visually attractive. Now all (with one exception) of the analyzed newspapers have websites, but their attendance is low: several dozen people a day.

Key words: district newspaper; rural district; internet integration; newspaper website; attendance; newspaper audience

Введение

В Российской Федерации ежегодно выходит 7324 газеты (данные Российской книжной палаты за 2021 г.). Из них 2128 — районные, еще 2170 — городские. То есть не менее трети всех газет нашей страны — это газеты различных муниципальных образований, целевая аудитория которых — 36,7 млн человек сельского населения [Численность...]. Это не просто самый устойчивый сегмент традиционной, сформированной в СССР подсистемы периодики, но и сегмент, получивший в последние несколько лет «второе рождение». Главные особенности и тенденции развития региональных и местных рынков прессы в России, по мнению члена правления Альянса независимых региональных издателей Ю. П. Пургина, связаны с нарастающим использованием редакциями интернета и расширяющимся взаимодействием с социальными сетями. «Если недавно медиапотребление информационной продукции в электронном виде было характерно преимущественно на региональном и городском уровне, то сегодня оно в полной мере касается и сельских территорий» [Российская..., с. 38].

Региональная периодика в последнее десятилетие привлекает внимание целого ряда исследователей. Систему региональной журналистики Центрально-Черноземного района России анализировал В. В. Тулупов [Тулупов, 2013а, б]. СМИ Уральского федерального округа последовательно изучают В. Ф. Олешко и Е. В. Олешко [Олешко В. Ф., 2012; Олешко Е. В., 2014; Олешко, Софронова, Смирнова]. Периодика и интернет-СМИ Мордовии находятся в фокусе внимание К. В. Дементьевой. Одна из последних ее работ посвящена перспективам их развития [Дементьева]. Динамика типологии нижегородской прессы (1991–2013 гг.) представлена в диссертации В. И. Пугачева, защищенной в 2014 г. [Пугачев]. Сайты оренбургских районных газет изучала К. А. Бабина [Бабина]. СМИ Якутии анализировал Н. А. Аргылов [Аргылов].

Районными газетами Сибирского федерального округа много лет последовательно занималась Е. С. Радионцева. Она анализировала сайты, их контент и аудиторные показатели [Радионцева, 2012а, б, 2015]. К результатам ее анализа мы еще будем обращаться для сравнения текущей ситуации с тем, что было восемь лет назад. Вообще, в 2013 г. отсутствие полноценной работы в новом информационном пространстве воспринималось как главная «болевая точка» этого типа изданий не только в Сибири: «На наш взгляд, это, во-первых, отсутствие полноценного с точки зрения информационной политики сайта, что обусловливается низкой квалификацией веб-специалистов, чаще всего просто выкладывающих в Сеть электронную версию очередного номера...» [Олешко Е. В., 2014, с. 37]. Посмотрим, как обстоят дела сейчас.

Источники и методы исследования

Анализ районных газет проводился в двух направлениях. Во-первых, рассматривалось то, как новосибирские газеты муниципальных районов области развивались в последнее десятилетие, когда интернет стал оказывать значительное влияние на медиапотребление не только в больших городах, но и в российской глубинке. Во-вторых, анализировалась работа сельских районных газет в интернет-пространстве, состояние их сайтов. Источниками данных для анализа в первом случае стали отчеты по результатам социологических исследований, которые ежегодно осенью, начиная с 2014 г., проводятся по заказу Департамента информационной политики администрации губернатора Новосибирской области и правительства Новосибирской области. Исследование осуществляется методом формализованного телефонного интервью на территории 490 муниципальных образований Новосибирской области, его объем — 9500 человек (не менее 200 респондентов в каждом районе).

Во втором случае в ходе сбора эмпирического материала фиксировались: дата создания домена (с помощью стандартных сервисов выявления возраста сайта, типа 2ip.ru), количество страниц на сайте (с помощью сервиса google.site), количество посетителей (с помощью сервиса PR-CY, собирающего данные

со счетчика Yandex.Metrika), данные по оптимизации сайтов и их работе на десктопе и мобильных устройствах. Сервис PR-CY измеряет скорость запуска сайта и анализирует этапы процесса загрузки: отрисовку контента, время реакции на первое действие пользователя, смещение макета из-за загрузки элементов. PR-CY — это ведущий сервис для самостоятельного SEO-аудита сайтов. В процессе анализа непосредственно контента сайта мы фиксировали количество рубрик, материалов на сайте, опубликованных за неделю, с 19 по 26 декабря 2022 г.

Всего, по данным Российской книжной палаты, в Новосибирской области выходит 128 газет (<https://www.bookchamber.ru/statistics.html>), со средним разовым тиражом одной газеты 1337 экз. При этом с 2012 г. количество газет сократилось на 38 экз., а тираж — в 2,4 раза. Газеты городских округов было решено исключить из данного исследования, они станут объектом отдельной работы. Поэтому издания таких городов, как Бердск, Искитим, Обь, и рабочих поселков Краснообск и Кольцово (это также городские, а не сельские образования) описаны не будут. В данной статье представлен анализ сайтов тридцати газет муниципальных районов области, учредителями которых выступают органы власти.

Аудиторные показатели периодики сельских районов области

До 2003 г. соучредителями районных газет были коллективы редакций, районные администрации и администрация Новосибирской области. После изменения законодательства РФ районным администрациям пришлось выйти из числа соучредителей СМИ. В начале 2010-х гг. в регионе активно обсуждалась и даже начала внедряться идея создания областного медиахолдинга. Предполагалось, что таким образом будет достигнуто сокращение финансирования (за счет уменьшения журналистских коллективов и количества юридических лиц) (см. подробнее: [Добровольский]). А благодаря присоединению к медиахолдингу Областной телерадиовещательной сети (телеканал ОТС) и «Областного депутатского канала» (тогда — «Радио Слово», сейчас — «Радио 54») должна была усилиться информированность населения о деятельности правительства области и депутатов. По мнению сторонников холдинга, встраивание СМИ в административный властный ресурс должно было обеспечить большую эффективность областных средств, вложенных в такого рода издания. По мнению противников, это было неэффективно чисто экономически и привело бы к тому, что многогранный рассказ о жизни районов ушел бы на второй план, а в центре внимания оказались бы трудовые достижения и победы депутатов и чиновников.

В 2013 г. вышло распоряжение № 321-рп от 15.07.2013 г. «О реорганизации казенного предприятия Новосибирской области “Редакция радиоканала Законодательного собрания Новосибирской области “Областной депутатский канал” и государственного унитарного предприятия Новосибирской области “Дирекция Новосибирской областной телерадиовещательной сети”»,

по которому предприятия присоединили одно к другому, и аналогичное (№ 327-рп от 22.07.2013 г.) — о присоединении к издательству «Советская Сибирь» следующих изданий: «Кулундинская новь», «Правда Севера», «Народная газета», «Знамя труда», «Северная газета». Через полгода к издательскому дому «Советская Сибирь» (распоряжение № 9-рп от 29.01.2014 г.) присоединили еще 13 районных газет и газету областного парламента «Ведомости». Но надежды на эффективность подобной конфигурации не оправдались, да и редакции были не очень довольны: в марте 2014 г. коллективы газет направили обращение в областную администрацию с просьбой приостановить или отменить реорганизацию. Поэтому в сентябре 2014 г. региональное правительство отменило свое распоряжение № 9-рп от 29.01.2014 г. в части слияния 14 государственных учреждений в единое государственное автономное учреждение на базе издательского дома «Советская Сибирь». Любопытно, что при многочисленных обсуждениях звучал и аргумент, почему районным газетам пошло во вред присоединение к областной газете: «...на каждую тысячу жителей в Чулымском районе тираж “Советской Сибири” составляет 13 экземпляров, а “Чулымской газеты” — 252 экземпляра. Районные газеты востребованы, потому что предоставляют специфическую местную информацию» [Белов].

Тем не менее спустя десятилетие можно признать, что развитие районных газет пошло все-таки по пути все более тесного взаимодействия с областным издательским домом: после пяти первых районных газет, которые вошли в ИД в 2014 г., в апреле 2016 г. к нему присоединилась «Приобская правда» (Новосибирский район), а в августе — «Трудовая жизнь» (Куйбышевский район), в ноябре — еще пять газет.

Социологические опросы, которые ежегодно проводятся в Новосибирской области, выявляют аудиторию районных газет. Привлекательность этого источника заключается в том, что он показывает, какие издания называют люди, что они читали в последние две недели. Тиражи в этом смысле выглядят менее надежными источниками. Так, весной 2014 г. контрольно-счетная палата Новосибирской области сообщила о результатах проверки газеты «Трудовая жизнь»: было установлено, что 40 % из 7 тыс. экземпляров еженедельно отпечатанного тиража на протяжении почти двух лет списывалось сразу после выпуска из типографии [Неэффективной признали...].

Из графика на рис. 1 видно, что самые популярные у читателей районные газеты за девять лет потерями больше половины своих приверженцев (речь идет о читателях печатного номера).

Несколько иначе выглядит ситуация по газетам, которые в 2014 г. читало от 20 до 30 % жителей района. Их аудитория сократилась примерно в 1,5 раза.

Что касается газет с меньшим количеством читателей (рис. 2 и рис. 3), то их аудитория сократилась в среднем в 1,4 раза.

Аутсайдерами можно назвать газеты, которые в середине 2010-х называло менее 10 % населения (рис. 4).

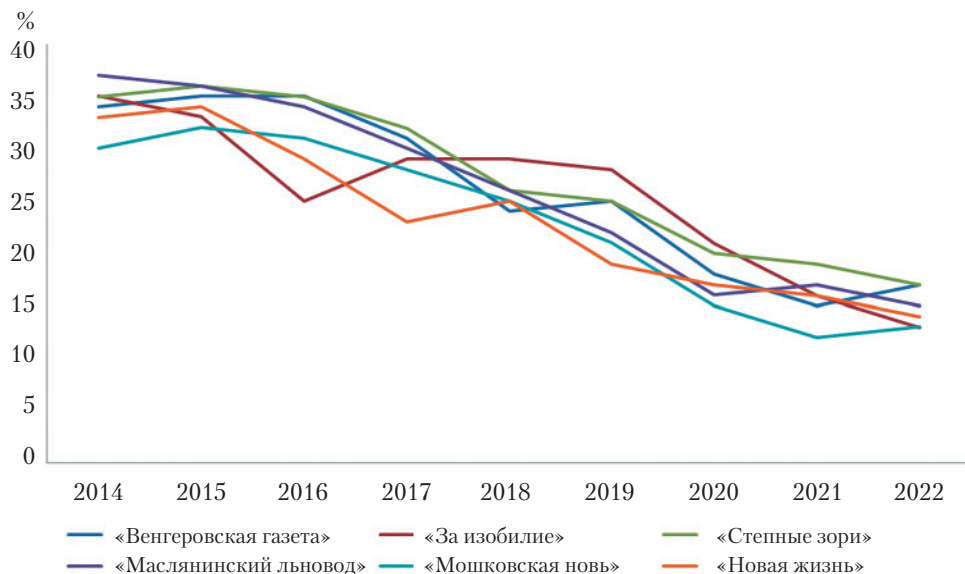


Рис. 1. Аудитория районных газет Новосибирской области, которые в 2014 г. читало более 30 % жителей района (% от населения районов).

Графики здесь и на рис. 2–4 составлены по данным ежегодных социологических исследований [Аудитория и рейтинг..., 2014–2022]

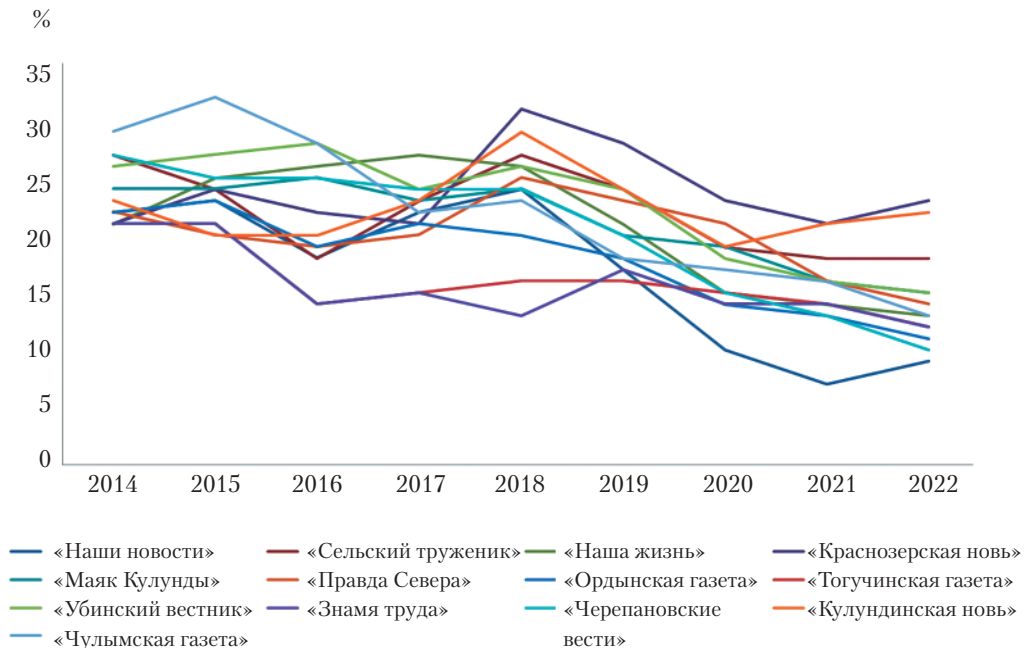


Рис. 2. Аудитория районных газет Новосибирской области, которые в 2014 г. читало от 20 до 30 % жителей района (% от населения районов)

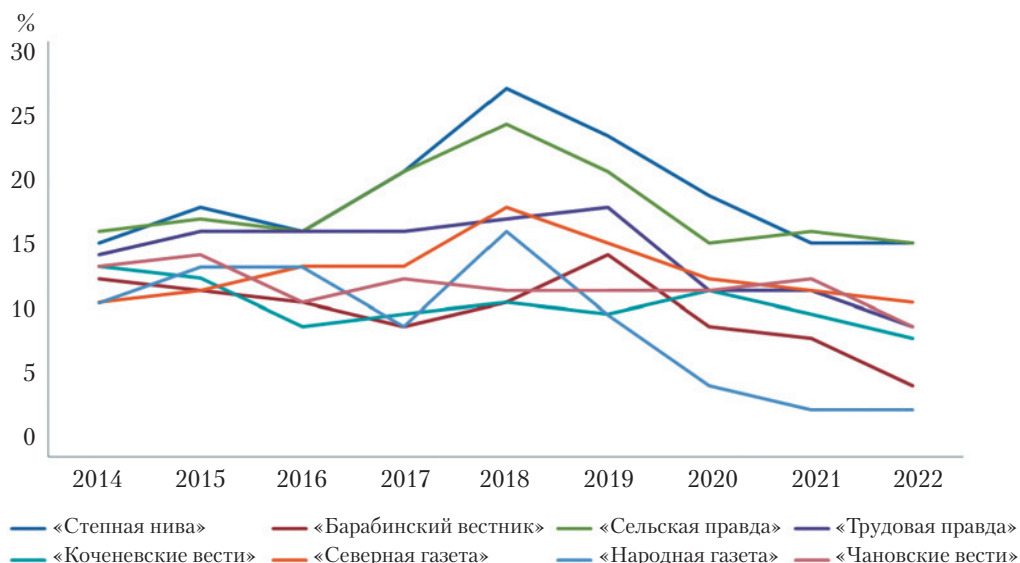


Рис. 3. Аудитория районных газет Новосибирской области, которые в 2014 г. читало от 10 до 20 % жителей района (% от населения районов)



Рис. 4. Аудитория районных газет Новосибирской области, которые в 2014 г. читало менее 10 % жителей района (% от населения районов)

Чтобы представить явление более системно, надо упомянуть, что в ряде районов существуют и негосударственные газеты, часть из которых вполне жизнеспособны. Так, в Барабинском и Куйбышевском районах выходит газета «Аспект». В 2020 г. в анализируемом социологическом исследовании ее упомянули среди газет, которые читали в последние две недели, 10,2 % и 4,6 % населения

соответственно (см. таблицу). Неудивительно, что «Трудовая жизнь» Куйбышевского района ощущает серьезную конкуренцию и не имеет такого рейтинга, как «безальтернативные» районные издания. Среди газет, которые также создают здоровую конкуренцию газетам, учрежденным органами власти, «Неделька.онлайн» Болотнинского и «Вести» Куйбышевского районов. Яркое явление двух районов области — «Сибирская околица» (в Татарском районе ее назвали в 2022 г. 13 % опрошенных, а в Усть-Таркском — 4 %).

**Аудитория негосударственных районных газет Новосибирской области,
% от населения районов**

Газета	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Барабинский муниципальный район									
«Аспект»	—	—	—	8	7	10	10,2	10	8
Болотнинский муниципальный район									
«Неделька.онлайн»	6	11	9	8	9	5	5,9	1	8
Карасукский муниципальный район									
«Вектор»	3,1	2	1	1	—	—	—	—	—
Куйбышевский муниципальный район									
«Вести»	10,9	19	13	12	8	9	7,5	7	5
«Аспект»	1,6	6	9	8	9	—	4,6	—	—
Маслянинский район									
«Ярмарка»	1,3	1	2	4	4	—	3,8	—	—
Северный муниципальный район									
«Вести»	—	—	8	5	5	9	—	—	—
Татарский муниципальный район									
«Сибирская околица»	22,4	22	25	27	32	25	20,2	14	13
Тогучинский муниципальный район									
«Диалог»	9,5	10	—	—	—	—	—	—	—
Усть-Таркский муниципальный район									
«Селяночка»	10,7	11	7	10	15	—	6,1	—	6
«Сибирская околица»	—	—	8	7	15	—	11,6	—	4

Примечание. Составлено по данным ежегодных социологических исследований.

На примере газеты «Селяночка» (в Усть-Таркском районе в 2022 г. ее называли 6 % опрошенных, хотя ее читают и сопредельные села Татарского района) можно показать мотивацию создания такой газеты. Ее основала в 2010 г. Т. П. Рабочева,

проработавшая до этого 16 лет журналисткой в газете «Знамя труда». «Татьяна Петровна жалеет о том, что не решилась на этот шаг раньше и уже не представляет себя в другой роли. Есть удовлетворение от того, что газета нашла своего читателя, что появилась возможность реализовать себя, самостоятельно принимать решения в соответствии со своим видением проблемы, возможность открыто выражать свои мысли, взгляды» [Селяночка].

Сайты районных газет

Г. Н. Кудий, заместитель начальника Управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, еще в 2014 г. отмечал, что «аудитория СМИ не трансформировалась, а, скорее, разделилась на две неравные части: молодых потребителей, идущих в ногу с изменениями (существенно меньшая часть), и старшее поколение, традиционно приученное читать печатную прессу и неохотно меняющее свои привычки» [Кудий, с. 9]. Если выше мы говорили про «печатные версии», то теперь обратимся к сайтам газет.

Чтобы сравнить текущую ситуацию с тем, как обстояли дела десять лет назад, обратимся к исследованию Е. С. Радионцевой [Радионцева, 2015, с. 57]. В 2012 г. в Новосибирской области только 5 газет имели свои сайты. Анализ 2014 г. показал, что количество электронных версий районных газет в Новосибирской области выросло до 29 [Там же, с. 58]. Ежедневно обновляли контент две из них, еженедельно — 8, ежемесячно — 4. Пять изданий обновляли ресурс по мере поступления информации, т. е. от нескольких дней до нескольких недель, 10 изданий перестали обновлять контент с 2013 г. Ситуация «создали сайт, но зачем и что с ним делать», по всей видимости, была довольно типична для 2010-х гг. Так, К. А. Бабина, анализируя районные газеты Оренбургской области, пишет: «...большинство сайтов просуществовало с 2009–2010 гг. по 2011–2013, а после перестали функционировать и обновлять, добавлять информацию <...>. Районные газеты в интернете меняли и пробовали разного рода взаимодействия с онлайн-средой — от перепечатки материалов газеты и оригинальных новостей, бесплатного размещения pdf-версий своих газет и выхода в социальные сети до полного выхода из сети» [Бабина, с. 161]. В Сибирском федеральном округе это же отметила Е. С. Радионцева: «...как выяснилось, многие редакции, создав ресурс, перестают его обновлять. Ресурсы, не обновляющие контент более полу-года, определены как “временно приостановленные”» [Радионцева, 2015, с. 60]. Чуда не произошло: поддерживать сайты было затратно, рекламодателей, которые бы компенсировали увеличившуюся работу, не было, а бесплатные pdf-версии подрывали традиционную подписку на печатные номера.

Анализ сайтов газет Новосибирской области в конце 2022 г. показал, что теперь печатные экземпляры газет в Сети не найти. Последний раз их выкладывали в 2013 г. То есть газеты окончательно разделили своих читателей на тех, «кто в интернете», и на тех, «кто читает газету по покупке/ подписке».

В 2020 г. рост тарифов на подписку и доставку «Почтой России», несмотря на льготы для региональных и местных газет как социально значимых, составил около 10 %, что привело к сокращению совокупного подписного тиража местных газет [Российская..., с. 37]. В этом же году были запущены обновленные версии сайтов новосибирских районных газет. На конец 2022 г. все газеты области, кроме «Приобской правды» (газета Новосибирского района), имеют регулярно обновляющиеся, работающие сайты. Они функционируют на доменах, созданных осенью 2020 г., за исключением «Чановских вестей» (сайт создан в 2009 г.), «Черепановских вестей» (сайт создан в 2015 г.), а также газеты «Наша жизнь» (Карасукский район), сайт которой создан в 2011 г. «Степная нива» (Баганский район) на новый домен перешла летом 2022 г. Большинство сайтов созданы по одному макету агентством интернет-маркетинга «Студия ЯЛ». Выглядят они вполне современно: можно отметить тренд на минимализм, наличие внятной рубрикации, они имеют сходные макеты, у многих похожее цветовое оформление.

Что касается количества рубрик, то сайты весьма разнятся между собой. Медианное значение — 15 рубрик на сайте, при этом у 14 сайтов их более 10. Количество рубрик тем не менее не приводит к более динамичной наполняемости сайтов. Так, у «Сельского труженика» 27 содержательных рубрик (мы не берем разделы типа «Контакты», «Реклама», «Обратная связь»), но за проанализированную неделю выложено 4 материала. В целом у 12 изданий за неделю выложено менее десяти материалов, у 10 — от десяти до двадцати и еще у 5 газет — более двадцати материалов (медианное значение — 7,6 материала в неделю).

Еще один маркер наполняемости сайта — количество страниц. Менее тысячи страниц на 9 января 2023 г. было у газет «Венгеровская газета», «Сельская правда», «Наша жизнь», «Степные зори», «Маяк Кулунды», «Маслянинский льновод», «Мошковская новь», «Степная нива» (скорее всего, сайт попал в эту группу просто по причине своей молодости); до 1,5 тыс. страниц — у сайтов «Барабинский вестник», «Наши новости», «За изобилие», «Коченевские вести», «Краснозерская новь», «Правда Севера», «Ордынская газета», «Северная газета», «Тогучинская газета», «Убинский вестник», «Чановские вести»; более 1,5 тыс. — у изданий «Сельский труженик», «Трудовая правда», «Трудовая жизнь», «Новая жизнь», «Народная газета», «Знамя труда», «Черепановские вести», «Кулундинская новь», «Чулымская газета». Однако так же, как количество рубрик не коррелирует с наполняемостью сайта, так и количество страниц не коррелирует с количеством посетителей сайта: закономерности «чем больше материалов на сайте, тем больше посетителей» не выявлено. Так, у интернет-издания «Новая жизнь» — 3680 страниц (это самый большой показатель) при посещаемости 18 человек в день.

Данных о посетителях сайтов в целом нет (не установлены счетчики). Менее 20 посетителей в день зафиксировано у «Венгеровской газеты», «Сельской правды», «Степных зорь», «Маяка Кулунды», «Правды Севера», «Ордынской газеты», «Убинского вестника», «Черепановских вестей»; 8 газет имеют 20–70 посетителей в сутки; 70 и больше посетителей у «Степной нивы», «Барабинского вестника», «За изобилие», «Краснозерской нови», «Трудовой жизни»,

«Мошковской нови», «Народной газеты», «Чановских вестей», «Чулымской газеты». Лидером среди районов является «Сельский труженик» — 332 посетителя ежедневно.

Еще один показатель, который интересовал нас в данной работе, — адаптированность процессов загрузки под десктопные и мобильные устройства. Такой анализ удалось провести по 28 газетам из 32. Десктопные адаптации у 18 сайтов находятся в благополучной «зеленой зоне», еще у 8 — в «желтой» и у 2 («Новая жизнь», Сузунский район, и «Черепановские вести») — в проблемной «красной». С мобильными адаптациями дела обстоят несколько хуже: у 13 изданий такая адаптация ведется на хорошем уровне, у 6 — на среднем уровне, у 9 — почти не ведется. Дело в том, что в последние годы поисковые системы (сначала Google, а затем и Yandex) перешли на модель mobile-first. Она принципиально меняет приоритизацию индексации сайта и оценку его контента. И если когда-то основной версией сайта считалась десктопная, а мобильная версия рассматривалась как «альтернативная», предназначенная для конкретных случаев использования, то теперь при поиске чего-либо с мобильных устройств приоритет отдается сайтам, которые адаптируют процессы загрузки под мобильное медиапотребление. А для сельских жителей это стандартный случай выхода в интернет. Учитывая, что удалось провести анализ не всех изданий, реальная ситуация еще хуже. Можно утверждать, что проблема оптимизации сайтов — одна из основных для сельских районных газет.

Приведем данные социологического исследования аудитории сайтов негосударственных изданий. В 2014 г. среди местных новостных сайтов, которые опрошенные читали или просматривали в течение последней недели, они отметили «Провинциальную Сибирь» (Барабинский район) — 13,8 %, «Чаны.инфо» — 5,7 % (в 2017 г. у них было 4,7 %, в 2018 г. — 3,9 %), «8+1» (ориентируется на Куйбышевский и Барабинский районы) — 4,7 % (в 2017 г. — 6 %, в 2018 г. — 6,2 % в Барабинском и 2,4 % в Куйбышевском районах). «Околицу» (Татарский район) в 2018 г. среди читаемых сайтов назвали 5,7 %. В другие годы, кроме указанных выше, этот вопрос не задавался.

Заключение

Подводя итоги анализа развития новосибирских районных газет в 2010-х гг., надо отметить сокращение читательской аудитории в 1,5–2 раза: если десять лет назад районные газеты читал примерно каждый четвертый житель муниципальных районов области, а аудитория некоторых газет доходила до 37 % жителей района, то в начале 2020-х в печатном виде их читает только каждый седьмой-восьмой житель. Причем сильнее всего аудитория уменьшилась у газет, которые имели наибольшую долю аудитории в своих районах. Если сравнивать с ситуацией в среднем по стране, то опрос ВЦИОМ в начале 2022 г. показал, что 20 % жителей села и 16 % жителей небольших городов регулярно читают печатную прессу, из них 39–40 % отдает предпочтение местной (районной газете) [Пресса, которую мы...].

«Именно благодаря, например, местной прессе в стране сохраняется единое информационное пространство, к тому же в лучших своих образцах она выполняет социальную функцию (вот почему от районной газеты не следует требовать рентабельности или прибыльности, особенно в сегодняшних экономических условиях)» [Тулупов, 2013а, с. 81]. В принципе мысль о бесперспективности требований прибыльности была понятна учредителям и редакциям давно, в конце 2010-х это распространилось и на районные интернет-СМИ. Сайт стал восприниматься как способ компенсации оттока аудитории печатных номеров и работы с поколением тридцати-, сорокалетних, привыкших к медиапотреблению посредством интернета. Поэтому параллельно с сокращением «печатной» аудитории в последнее десятилетие активно шли процессы освоения нового информационного пространства, не только создания сайтов (созданы они были раньше, напомним, что период активного создания сайтов пришелся на 2012–2014 гг.), но и их развития, систематического обновления на них материалов. Учредители изданий стремятся сделать сайты визуально привлекательными, используют модный сейчас лаконизм в дизайне и единые стилевые решения. Сайты перестают быть «версиями», а сами редакции районных газет становятся гибридными СМИ, хотя их посещаемость по-прежнему невелика: несколько десятков человек в день.

Арғылов Н. А. Медиаобщество Республики Саха (Якутия) и власть: идеи свободы, тенденции отрасли, формы взаимодействия (социологический аспект) // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. : Филология. Журналистика. 2017. № 4. С. 77–81.

Аудитория и рейтинг средств массовой информации в Новосибирской области : отчет по результатам социол. исслед. / Информ.-аналит. упр. администрации губернатора Новосибир. обл. и правительства Новосиб. обл. Новосибирск, 2014. 37 с. URL: https://www.nso.ru/sites/test.new.nso.ru/wodby_files/files/news/2014/12/otchet_smi_dek2014_dlya_publicacii.pdf (дата обращения: 18.10.2020).

Аудитория и рейтинг средств массовой информации в Новосибирской области : отчет по результатам социол. исслед. / Информ.-аналит. упр. администрации губернатора Новосибир. обл. и правительства Новосиб. обл. Новосибирск, 2015. 34 с. URL: https://www.nso.ru/sites/test.new.nso.ru/wodby_files/files/news/2015/12/otchet_smi_noyabr_2015_p_0.pdf (дата обращения: 18.10.2020).

Аудитория и рейтинг средств массовой информации в Новосибирской области : отчет по результатам социол. исслед. / Информ.-аналит. упр. администрации губернатора Новосибир. обл. и правительства Новосиб. обл. Новосибирск, 2016. 33 с. URL: https://www.nso.ru/sites/test.new.nso.ru/wodby_files/files/news/2016/11/otchet_smi_noyabr_2016_p.pdf (дата обращения: 18.10.2020).

Аудитория и рейтинг средств массовой информации в Новосибирской области : отчет по результатам социол. исслед. / Информ.-аналит. упр. администрации губернатора Новосиб. обл. и правительства Новосиб. обл. Новосибирск, 2017. 40 с. URL: https://uip.nso.ru/sites/uip.nso.ru/wodby_files/files/document/2021/10/documents/2017.pdf (дата обращения: 23.10.2021).

Аудитория и рейтинг средств массовой информации в Новосибирской области : отчет по результатам социол. исслед. / Информ.-аналит. упр. администрации губернатора Новосиб.

обл. и правительства Новосиб. обл. Новосибирск, 2018. 33 с. URL: https://uip.nso.ru/sites/uip.nso.ru/wodby_files/files/document/2021/10/documents/2018.pdf (дата обращения: 23.10.2021).

Аудитория и рейтинг средств массовой информации в Новосибирской области : отчет по результатам социол. исслед. / Департамент информ. политики администрации губернатора Новосиб. обл. и правительства Новосиб. обл. ; Управление информ. проектов Новосиб. обл. Новосибирск, 2019. 32 с. URL: https://uip.nso.ru/sites/uip.nso.ru/wodby_files/files/news/2019/11/otchet_auditoriya_smi_nso_noyabr2019.pdf (дата обращения: 23.10.2021).

Аудитория и рейтинг средств массовой информации в Новосибирской области : отчет по результатам социол. исслед. / Департамент информ. политики администрации губернатора Новосиб. обл. и правительства Новосиб. обл. ; Управление информ. проектов Новосиб. обл. Новосибирск, 2020. 33 с. URL: https://uip.nso.ru/sites/uip.nso.ru/wodby_files/files/news/2020/10/otchet_po_rezultatam_sociologicheskogo_issledovaniya.pdf (дата обращения: 23.10.2021).

Аудитория и рейтинг средств массовой информации в Новосибирской области : отчет по результатам социол. исслед. / Департамент информ. политики администрации губернатора Новосиб. обл. и правительства Новосиб. обл. ; Управление информ. проектов Новосиб. обл. Новосибирск, 2021. 33 с. URL: https://uip.nso.ru/sites/uip.nso.ru/wodby_files/files/document/2021/10/documents/2021.pdf (дата обращения: 23.10.2021).

Аудитория и рейтинг средств массовой информации в Новосибирской области : отчет по результатам социол. исслед. / Департамент информ. политики администрации губернатора Новосиб. обл. и правительства Новосиб. обл. ; Управление информ. проектов Новосиб. обл. Новосибирск, 2022. 34 с. https://uip.nso.ru/sites/uip.nso.ru/wodby_files/files/document/2022/09/documents/otchet_auditoriya_smi_nso_sentyabr2022_2.pdf (дата обращения: 23.10.2021).

Бабина К. А. Трансформации районных газет в условиях новой экономической и медийной среды (на примере Оренбургской области) // Вестн. Волж. ун-та им. В. Н. Татищева. 2014. № 3 (16). С. 159–166.

Белов Ю. Газеты выписываются из холдинга // Коммерсантъ. 2014. 17 апр. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2454003> (дата обращения: 09.01.2023).

Дементьева К. В. Стагнация печатных СМИ региона и перспективы их развития // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. : Филология. Журналистика. 2022. № 4, окт. — дек. С. 94–97.

Добровольский А. В. Опыт создания медиахолдинга печатных СМИ в Новосибирской области: к истории вопроса // Вестн. Сиб. гос. ун-та путей сообщения. 2015. № 1 (32). С. 74–77.

Кудий Г. Н. Российская пресса: федеральные и региональные аспекты // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. № 2. С. 5–12.

Неэффективной признали работу районных газет, которые финансирует бюджет Новосибирской области // VestiIskitim. 2014. 18 сент. URL: <https://clck.ru/33Mmf> (дата обращения: 30.11.2022).

Олешко В. Ф. Региональная журналистика: современные тенденции и вызовы // СМИ и общество. 2012. № 1. С. 55–67.

Олешко Е. В. Местная пресса как актор межкультурных коммуникаций (Жизнь газет после «смерти», или Как им конкурировать с интернетом?) // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 3 (129). С. 36–44.

Олешко В. Ф., Сафронова А. И., Смирнова А. П. Сквозные технологии как инструмент медиатизации контента // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2022. Т. 28, № 4. С. 5–14.

Пугачев В. И. Динамика типологии нижегородской прессы (1991–2013 гг.) : дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2014.

Пресса, которую мы (не) потеряли // ВЦИОМ. 2023. 12 янв. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pressa-kotoruju-my-ne-poterjali> (дата обращения: 18.01.2023).

Радионцева Е. С. Электронная версия районной газеты: типологические особенности // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2012а. № 2 (10). С. 235–239.

Радионцева Е. С. Электронная версия и ее бумажная «сестра»: к вопросу о феномене издательского «канныализма» // Вестн. Омск. ун-та. 2012б. № 3 (65). С. 208–212.

Радионцева Е. С. Интеграция районных газет в интернет // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2015. № 4 (22). С. 56–61.

Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой докл. / под ред. В. В. Григорьева ; Департамент гос. поддержки период. печати и кн. индустрии Минцифры России. М., 2021. 130 с.

Селяночка // Усть-Тарка.ру : район. интернет-газета. 2010. 22 июля. URL: <https://ust-tarka.ru/news/255-selyanochka.html> (дата обращения: 20.12.2022).

Тулунов В. В. Региональная журналистика: сегодня и завтра // Вопр. теории и практики журналистики. 2013а. № 2. С. 78–92.

Тулунов В. В. Российская региональная журналистика на современном этапе // Вопр. теории и практики журналистики. 2013б. № 1. С. 111–120.

Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2022 г. / Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13282> (дата обращения: 02.01.2023).

Статья поступила в редакцию 27.02.2023 г.