

ПЕЧИЩЕВ И. М.

«РАЙОНКИ» ОНЛАЙН: АНАЛИЗ ПРИСУТСТВИЯ РАЙОННЫХ СМИ ПЕРМСКОГО КРАЯ В ИНТЕРНЕТЕ²

Аннотация: Статья посвящена анализу присутствия районных СМИ Пермского края в интернете и определению их главных проблем в работе онлайн-версии. Только 12 из 70 исследованных СМИ не имеют ни сайта, ни сообществ в социальных сетях. Некоторые издания принципиально не развивают онлайн-версии. Есть издания, которые сосредоточились на работе в социальных сетях, следуя за своей аудиторией. Там они продают электронные версии изданий, размещают рекламу. Газета «Заря» (Верещагино) создала девять сообществ «ВКонтакте», дублируя рубрики печатной версии.

Ключевые слова: журналистика, интернет, новые медиа, районные СМИ.

Pechishchev I. M.

«RAYONKI» ONLINE: ANALYSIS OF THE PRESENCE OF REGIONAL MEDIA OF THE PERM REGION ON THE INTERNET

Abstract: This article analyzes the presence of the regional media of the Perm region on the Internet and identifies the main problems of their online versions. Only 12 of the 70 mass media do not have a website or social networking community. Some regional mass media do not develop the online version. Some media focus on social networks, following their audience. There is a number of human, technical, organizational and financial problems regional media occur while creating the online version.

Keywords: journalism, the Internet, new media, regional media

Сегодня присутствие медиа в интернете является обычным делом местом, но для районных газет переход в онлайн оказался сложным процессом поиска формата и аудитории. Мы провели анализ присутствия районных СМИ Пермского края в интернете и определили их главные проблемы. Исследование проводилось на основе собранной нами ранее карты СМИ Пермского края, содержащей актуальную контактную информацию о редакциях «районки». В выборку попали 70 изданий, выходящих в городах и районных центрах региона.

Не удалось найти (и данная информация не предоставлена редакцией для карты СМИ) представительство в интернете у 12 изданий (17 % от выборки). В то же время 27 изданий (38,6 % от выборки) максимально представлены в интернете: они размещают свои публикации на сайте и имеют сообщества в социальных сетях.

Мы рассматривали только «живые» сайты и сообщества, обновлённые на конец 2016 года. Интересно, что большая часть сайтов районных СМИ, указанных на сайте администрации края, уже не работает. С начала «нулевых» СМИ активно осваивали интернет-пространство, и пермские «районки» были не исключением. У многих газет появились свои сайты, простые и сложные, созданные

² Исследование выполнено при поддержке РГНФ (проект № 16-14-59007 «Локальный медиадискурс: перспективы оптимизации информационно-коммуникативных процессов»).

на бесплатных и платных онлайн-сервисах, но сегодня большая часть их них недоступна.

Период середины 2000 и начала 2010 годов оказался временем тестирования новых платформ, отработки технологии создания цифрового контента. Многие не справились технически, организационно, финансово и перестали поддерживать сайты. Есть и другая позиция: некоторые издания принципиально не хотят выходить в интернет. Эту позицию в рамках нашего исследования сформулировал Игорь Михайлов, заместитель редактора газеты «Искра» (Лысьва): «Мы стараемся не развивать сайт. Твердо убедились, что развитие сайта приведет к уничтожению печатной газеты. Мы сайт держим, потому что он все-таки нужен – найти контакты или написать письмо. Есть лысьвенцы, которые живут в других странах (Украина, США) – они выписывают электронную pdf-версию газеты».

Существуют три обстоятельства, по которым эта категоричная позиция не мешает газетам быть эффективными (а газета «Искра» – одна из лучших газет региона, в том числе в финансовом отношении):

- * привычки целевой аудитории получать новости на бумаге. Сложившийся бренд газеты работает на её популярность. Аудитория районных СМИ (в основном в возрасте 30+) активно подписывается на газету или покупает её в розницу, в том числе непосредственно в редакции. У аудитории нет потребности (не сложилась привычка) читать новости онлайн;
- * слабое проникновение интернета (в некоторых отдалённых районах доступен только мобильный интернет) и технологий (у аудитории районных СМИ нет оборудования для выхода в интернет – смартфонов, ноутбуков, ПК);
- * неспособность редакций СМИ зарабатывать в интернете (множество причин, некоторые из них: отсутствие сложившейся практики, технологий, ментальность рекламодателей. Нужно также отметить, что и многие федеральные СМИ до сих пор не получают от онлайн-версии доходы, сопоставимые с доходами от печатной).

Возможность опубликовать свои материалы на сайте имеют 40 редакций из 70 исследованных (57 %). Эта общая формулировка связана с тем, что сайты, которые используют СМИ, разные: 7 изданий используют агрегаторы и чужие сайты для публикации материалов, 33 редакции имеют собственные сайты, из них 14 (20 %) – только сайты (без представительств в социальных сетях).

Агрегаторы – порталы, объединяющие разнообразный контент, имеют большое значение в современном интернете. В условиях информационного шума и нескончаемого потока контента подобные сайты предоставляют пользователям интернета возможность структурировать информацию. Пользователю не нужно искать сайты отдельных изданий, собирать новости из разных источников, агрегатор аккумулирует все необходимое в одном месте.

Так, газета «Шахтер» (Кизел) и «Иньвенский край» (Кудымкар) размещают свои статьи на региональном портале районных и городских изданий Пермского края «Районка» (raionka.perm.ru). Этот ресурс был создан в середине 2000 годов как агрегатор районных СМИ. Предполагалось, что все «районки» будут присы-

лать материалы на один общий портал – для удобства пользователей. К концу 2016 года активность редакций значительно упала. Только две газеты, упомянутые выше, публикуют актуальные материалы. Они не имеют собственного сайта, и портал «Районка» – их представительство в интернете.

Подобным образом как агрегатор, только в масштабе всей страны, работает портал «Моя округа». Там размещает свои материалы газета «Светлый путь» (Большая Соснова). Площадка для редакции предоставляется бесплатно, и это хорошая возможность для СМИ попробовать свои силы в интернете без особых затрат.

Газета «Березники вечерние» публикует PDF-версию на портале «Пресса онлайн» (pressa-online.com). Это большая база российских изданий в формате pdf. Из всех перечисленных агрегаторов он наименее удобен для обычных читателей, по крайней мере, потому, что издание на «Прессе онлайн» нужно целенаправленно искать, а найдя, скачивать полный выпуск газеты.

Две газеты размещают свои издания в PDF-версии на сайтах местных администраций – это «Огни Камы» (Чайковский) и «Осинские вести» (Оса). Учредителями СМИ являются местные власти, поэтому налицо симбиоз: на официальном сайте исполнительной власти размещены материалы «четвертой власти».

Газета «Маяк Приуралья» (Оса) использует в качестве площадки для публикаций сайт местного телеканала «СТС Вечер». Это стало возможным, потому что газета и телеканал входят в один медиахолдинг – муниципальное автономное учреждение информационный центр «Пресс-Уралье».

Мы подробно остановились на изданиях, не имеющих собственного сайта, чтобы проиллюстрировать многообразие форм бытования СМИ в интернете.

Имеют собственные сайты 33 редакции, и их анализ требует отдельного внимания. Упомянем только лучшие из них. По итогам XIX фестиваля региональной прессы Пермского края «Журналистская весна – 2016» в номинации «Лучший сайт» лауреатом стала редакция газеты «Искра», Кунгур (iskra-kungur.ru), дипломантами – газеты «Верный путь», Ординский район (orda-gazeta.ru) и «Очерский край», Очер (oschekray.ru). Эти редакции уделяют особое внимание своей онлайн-версии.

На основе экспертных интервью с представителями редакции можно сформулировать основные проблемы, с которыми сталкиваются редакции при создании собственного сайта:

* кадровая проблема. В редакциях нет сотрудников, которые обладали бы необходимыми техническими навыками, чтобы работать с сайтом. Если и находится такой человек, то это, как правило, «технар», системный администратор, не знакомый с функционированием медиасферы. Эта ситуация схожа с тем, что происходило в редакциях в конце 1990 – начале 2000 годов, когда внедрялись технологии компьютерной верстки. Тогда версткой тоже занимались «технари», отчего некоторые газеты с точки зрения оформления выглядели, мягко говоря, странно. Создание конвергентной редакции и работа на нескольких платформах требует от сотрудников новых навыков и знаний. Не все журналисты готовы к изменениям.

- * проблема оснащения (техническая). Для оперативной работы с сайтом необходимо, чтобы все процессы в редакции проводились в цифровом формате. Это требует оснащения компьютерами всех сотрудников редакции, организации доступа к интернету и т. п. Этим могут похвастаться не все районные СМИ.
- * организационная (технологическая) проблема. Поддержание работы сайта требует пересмотра технологии создания контента. Фактически использование сайта – это переход от вещательной модели к диалоговой, предполагающей к тому же создание постоянного информационного потока. Это требует перестройки традиционного способа работы редакции.
- * финансовая проблема. Появление новой платформы требует выделения как минимум одной штатной единицы для администрирования сайта. Вложений требует разработка сайта, хостинг. Даже оплата доменного имени (до 600 рублей в год) может стать проблемой для «районки».