

СПЕЦИФИКА САЙТОВ РАЙОННЫХ ИЗДАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ САЙТОВ ГАЗЕТ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Описывается современное состояние сайтов районной прессы Новосибирской области, отмечаются причины, из-за которых сегодня практически прекращен процесс сайтообразования. Определены характерные особенности интернет-ресурсов местных газет, выявлены отличия контента сайтов СМИ и печатных версий изданий. Особый акцент сделан на специфике трансформации деятельности журналистов районной прессы с усилением роли Интернета в жизни населения сел и малых городов.

Ключевые слова: сайт, районная пресса, контент, интерактивность.

Первые сайты районных газет Новосибирской области стали появляться пять лет назад. Сегодня свои интернет-ресурсы есть у 8 государственных изданий (из 32) и большинства коммерческих. В рамках данной статьи наибольший интерес представляли общественно-политические и информационные СМИ, поэтому указать точное число сайтов частных изданий, которые в большинстве своем выполняют рекламные и развлекательные функции, не представляется возможным. Эти сайты имеют различную структуру, выполняют разные функции; одни пополняются в режиме онлайн и имеют более тысячи посещений в день, другие обновляются нерегулярно и за несколько лет своего существования так и не смогли сформировать группу постоянных читателей.

Подавляющее большинство местных СМИ Новосибирской области создали свои сайты в 2007–2009 гг. В настоящее время не только практически прекращен процесс сайтообразования районными изданиями, но и имеющиеся ресурсы функционируют в ограниченном режиме: многие сервисы не работают, плохо поддерживается обратная

связь, нерегулярно пополняются новости и т. д.

По результатам опроса, проведенного среди редакторов государственных районных (городских) газет Новосибирской области в 2011 г., можно выделить три основные причины такого состояния.

1. Редакции не имеют финансовой возможности нанять специалиста, который бы администрировал сайт. Обязать штатного сотрудника выполнять эту работу тоже не могут. В тех редакциях, которые имеют свои интернет-ресурсы, над сайтами работают либо энтузиасты (часто без дополнительной оплаты и в свободное от основной работы время), либо эта деятельность случайна, хаотична, и ее осуществляют в той или иной мере все журналисты и оператор компьютерной верстки.

2. В редакциях полагают, что электронный вариант издания станет конкурировать с печатной версией. Редакторы, которые придерживаются такого мнения, считают, что на сайте должна быть представлена та же информация, что и в газете. Кроме того, они категорически возражают против размещения в Интернете, например, новостей,

раньше, чем они будут опубликованы в печатной версии издания, так как уверены, что многие читатели в таком случае не захотят покупать газету и знакомиться с «устаревшими» сообщениями.

3. Руководители районных изданий не понимают, какие возможности перед редакцией открывают интернет-ресурсы. Очевидно, что именно эта проблема является ключевой, ее решение способствовало бы изменению отношения редакторов к роли сайта в развитии их средства массовой информации, и, возможно, вопросы, связанные с разработкой и поддержанием электронных ресурсов издания, также были бы пересмотрены.

Следует отметить, что сегодня государственные районные издания, т. е. те, учредителями которых является коллектив редакции и правительство Новосибирской области, либо имеют юридическую форму государственного автономного учреждения, либо являются государственными бюджетными учреждениями. Они обладают правом ведения коммерческой деятельности и могут распоряжаться полученной прибылью. Следовательно, вопросы конкуренции и увеличения доходов от рекламы, несмотря на дотации из областного бюджета, актуальны и для этих СМИ.

Изучение сайтов районной прессы Новосибирской области показало, что их, в зависимости от контента и функций, условно можно разделить на несколько видов: коммерческие сайты, электронные версии газет, сайты-презентации и районные (городские) порталы. Следует отметить, что данное деление нельзя считать типологическим, так как оно сформировалось под воздействием не только специфических устойчивых признаков, но и характерных проблем. Система интернет-ресурсов районной прессы лишь начинает формироваться, и говорить о постоянных, типичных ее признаках, на наш взгляд, преждевременно.

Среди сайтов частных районных изданий преобладают такие, которые, в первую очередь, нацелены на выполнение коммерческих функций, например, ресурс газеты «Конкурент» Искитимского района. Здесь представлена реклама и объявления, прейскуранты цен, ассортимент товаров, который продается тем же предприятием, на базе которого выходит газета. При этом на главной странице помещаются регулярно

обновляемые и активно комментируемые новости. Таким образом, за счет информационного контента внимание пользователей привлекается к коммерческой информации. Изучение подобных ресурсов показало, что краткие информационные сообщения являются минимальным обязательным элементом их содержания. И даже если на сайте больше не будет других журналистских материалов, регулярно обновляемые, оперативные местные новости могут обеспечить посещаемость.

Увеличение рекламы – актуальная задача не только для частной прессы. Несмотря на то, что значительная доля редакционных расходов государственных районных (городских) газет покрывается бюджетом Новосибирской области, самостоятельные средства позволяют редакциям более успешно вести кадровую политику, развивать материально-техническую базу, совершенствовать взаимодействие с читателями и, в целом, чувствовать себя увереннее и свободнее. Сайты СМИ могут заинтересовать не только местного рекламодателя, но и компании из Новосибирска и соседних населенных пунктов, а размещение рекламы в печатной и электронной версии газеты одновременно открывает возможности для различных бонусных схем. Кроме того, на сайте значительно расширяются формы подачи коммерческой информации: вывешиваются статичные и анимированные баннеры, размещаются «бегущие строки», «всплывающие» окна, ставятся гипертекстовые ссылки на сайты компаний. Для пользователей гораздо более оперативно, чем это было бы в печатном издании, можно организовать информирование о скидках, распродажах и новых коллекциях.

Многие сайты «районки» (например, «Вести» Куйбышевского района, «Черепановские вести» Черепановского района, «Новая жизнь» Сузунского района) позиционируют себя, и на главной странице это часто указывается, как электронные версии газеты. Рубрикация таких сайтов дублирует рубрику издания, сюда помещается весь контент печатной версии издания, включая рекламу, астропрогнозы и анекдоты. В основном их отличает лишь иная форма подачи текстов, наличие архива газеты в pdf-формате и раздел обратной связи, который позволяет зарегистрированным пользователям оставить комментарий, вопрос или жа-

лобу. Иногда на сайт помещают материалы, которые по различным причинам в полном объеме не были опубликованы в газете. Например, появляются разделы «Прокурорский надзор», «Творчество наших читателей», «Фотоальбом». Бесспорно, в газете невозможно опубликовать всё «поэтическое наследие» местных талантов, все снимки с прошедшего концерта или все пришедшие на конкурс «Мисс района» фотопортреты. Необходимо отметить, что долгосрочные конкурсы (фотографий, детских рисунков, поделок, творчества читателей и т. д.), которые часто проводятся районными СМИ, успешно отражаются на сайтах, что позволяет не только создать полное впечатление о поступивших в редакцию работах, но и привлечь к их оценке пользователей.

Районные (городские) газеты традиционно сильны социально-значимыми акциями в поддержку больных детей, сирот, погорельцев, одиноких стариков и др. Большинство местных изданий Новосибирской области выходит раз в неделю, в то время как на сайте можно в режиме онлайн сообщать об объеме пожертвований, произошедших изменениях в жизни нуждающихся или состоянии здоровья больного, как это сделали колыванцы на сайте своей газеты «Трудовая правда». Подобная тактика поведения приводит к увеличению действенности и «прозрачности» мероприятий, особенно тех, которые требуют сбора денежных средств.

Малоэффективными, на наш взгляд, являются сайты-презентации, рубрикация которых состоит из новостей, конкурсов, фотогалереи и информации о редакции газеты (например, сайт газеты «Наша жизнь» Карасукского района, «Маслянинский льновод» Маслянинского района, «Чановские вести» Чановского района). Часто эти ресурсы даже не содержат архива газеты и сервиса обратной связи. Обычно они редко обновляются и имеют очень низкое число посещений. Однозначно определить, зачем были созданы такие странички, очень сложно. Помимо того, что они свидетельствуют о существовании районной газеты, никаких дополнительных преимуществ не имеют.

Местная газета всегда была одним из главных центров общественной и культурной жизни района, малого города, поселка. Она, с одной стороны, является создателем, распространителем духовных ценностей, с другой – сама оказывается продук-

том культуры данной общности. В связи с этим ее роль в жизни социума больше, чем роль информатора и пропагандиста, а ценность ее содержания никогда не сводилась только к публицистическим материалам журналистов. Как справедливо отмечает председатель инновационного комитета американского общества редакторов газет Стив Баттри, «успешность местных и региональных СМИ лежит в области гиперлокальности информации, тесной связи с местным сообществом, информационном обслуживании жизни местного сообщества. Контент, значимый для человека персонально – таково информационное поле, на котором может развиваться местная медиакомпания» [Баттри, 2010. С. 131].

«Районка» всегда была сильна обратной связью, взаимодействием с нештатными авторами, работой с читательской корреспонденцией, включением информации, полученной из писем и звонков жителей, в журналистские материалы, использованием организационно-массовых форм работы. Интернет-ресурсы расширяют данные специфические возможности районной прессы, придавая им новое актуальное звучание, усиливая роль читателя, пользователя в процессе создания контента СМИ.

Любое издание, в том числе и районное, стремится к расширению своего влияния обычно за счет увеличения числа подписчиков и розничных продаж. При этом общественно-политическая пресса всегда делала ставку на журналистский контент: публицистические материалы, выполненные в разных жанрах и формах. Сайт любого издания, кроме этого, может привлечь внимание пользователей справочной, рекламной, художественной, развлекательной информацией, а также активной интеракцией. За счет этого увеличивается число возможных поводов для обращения к интернет-ресурсу, который из сайта районной газеты, таким образом, превращается в портал района или города.

На данный момент эту возможность учитывают единицы функционирующих сайтов локальных газет Новосибирской области, среди них «Сибирская Околица» Татарского района, «Трудовая правда» Колыванского района, «Бердские новости» и «Курьер. Среда. Бердск» г. Бердска. Их структура состоит не только из блока новостей, материалов бумажной версии издания, но и распи-

сания транспорта, вакансий муниципально-го центра занятости, справочной исторической информации (причем не только о СМИ, но и основных организациях и предприятиях района), афиши, рекламы и объявлений различного характера, опросов, тестов, клуба знакомств, онлайн-игр и т. д. Таким образом, содержание районных СМИ многократно пополняется различными информационными базами данных, которые не теряют своей актуальности так быстро, как, например, журналистские материалы, а значит, не требуют больших усилий для поддержания со стороны редакции. Кроме того, в основном этот контент создается не штатными сотрудниками, а в готовом виде поступает из социальных служб, коммерческих предприятий, муниципальных организаций либо формируется пользователями.

Ученые отмечают, что «традиционные СМИ постепенно вводят новые технологии информации и коммуникации в процесс взаимодействия с аудиторией, отвечая на потребность аудитории более не быть пассивным созерцателем, а активным пользователем» [Кирия, 2010. С. 41]. При поддержании порталов редакциями районных изданий широко используются сервисы обратной связи, где можно написать в блог, оставить отзыв о магазинах и предприятиях, поделиться мнением по актуальной проблеме, принять участие в опросе, в обсуждении актуальных тем на форуме, в конференции. Интернет-ресурсы расширяют интерактивный потенциал местных СМИ не только за счет использования специальных функций (гостевой книги, форумов, чатов, народных новостей, комментариев к материалам и т. д.), но и возможностей реагировать на эту обратную связь в режиме онлайн.

Большинство сайтов СМИ сегодня имеют одну рубрику обратной связи, однако, на наш взгляд, разнообразие форм интерактивности предоставляет пользователям больше возможностей для обращения к сайту газеты, стимулирует их активность в качестве комментаторов событий и авторов сообщений. Доминирование таких разделов повышает значимость читателя, а деятельность журналистов как бы уводит на второй план, хотя, бесспорно, это только иллюзия. При такой подаче контента значительно увеличивается организаторская работа корреспондентов: они должны проверять достоверность информации пользователей, до-

бавлять новые факты к наиболее важным сообщениям «народных» или общественных авторов¹, поддерживать обсуждение актуальных событий, оперативно находить ответы на вопросы и жалобы, редактировать материалы нештатников.

Очевидно, что перед редакциями районной прессы сайты открывают большие перспективы во взаимодействии с народными корреспондентами. В отличие от деятельности федеральных, областных газет и изданий мегаполисов, сотрудникам локальных СМИ проще верифицировать сообщение, при необходимости скорректировать или дополнить его.

Государственные и муниципальные районные (городские) газеты традиционно близки к власти. Эту особенность можно учитывать и при создании сайта. Рубрики обратной связи «Задай вопрос губернатору», «Задай вопрос главе города», публикация пресс-релизов в разделе «Власть информирует» и т. д. предоставляют дополнительные возможности для успешной коммуникации власти и населения через издание.

Сайтами районных газет достаточно активно эксплуатируются интерактивные возможности Интернета, хотя и здесь потенциал еще не исчерпан. Другие преимущества глобальной сети «районщиками» почти полностью игнорируются. Можно предположить, что наличие гипертекстовых ссылок, хотя бы на свой контент, сделало бы сайты районных СМИ более привлекательными и удобными для пользователей.

Для полноценной реализации мультимедийности журналистам придется целиком поменять технологию сбора информации, что в ближайшие несколько лет, очевидно, не будет реализовано. Использование видео- и аудиозаписей местных телевизионных и радиостанций в качестве дополнительной информации к текстам газетчиков требует тесной координации в работе редакций районных СМИ, что также затруднительно, так как сегодня все средства массовой информации, выходящие в одном районе, воспринимаются друг другом как конкуренты,

¹ Гражданская журналистика, также известная как общественная, объединенная или демократическая журналистика, не является профессиональной деятельностью. Ее можно определить как активное участие аудитории в процессе сбора, анализа и распространения новостей [Черных, 2007].

и какое-либо сотрудничество в информационном или организационном плане практически невозможно.

Для создания мультимедийного текста в каких-то случаях журналисты могли бы воспользоваться видео с мобильного телефона или камеры, сделанными самими пользователями. Пока лишь два сайта из исследованных используют любительскую съемку, причем в качестве самостоятельных материалов, без привязки к какому-либо тексту. Возможно, в будущем данный ресурс будет использоваться более разнообразно, тем более что активное участие читателей в пополнении фотогалерей сайтов местных газет уже сегодня свидетельствует о заинтересованности жителей в подобном сотрудничестве с изданиями для более полного и детального освещения произошедших в районе событий.

Количество посещений сайтов районных (городских) газет в настоящий период колеблется от 0 до нескольких тысяч в день. Наиболее популярны те ресурсы, которые выполняют разнообразные функции, имеют разветвленную систему рубрик, широкий, в том числе и рекламно-справочный, контент, поддерживаемую обратную связь и регулярно обновляемые новости.

Таким образом, эффективное функционирование сайта будет способствовать трансформации деятельности журналистов районных газет, изменению приоритетов в их работе, усилению организаторской составляющей. Однако при этом не умаляется значимость их деятельности, напротив, от них потребуются большая творческая, редакторская и коммуникативная компетентность. В ближайшее десятилетие интернет-экспансия, очевидно, охватит и глубинку. Рано или поздно свои порталы появятся во всех районах и городах. Весьма вероятно, что созданные муниципалитетами или коммерческими организациями ресурсы будут выполнять, в первую очередь, утилитарные функции. На наш взгляд, наибольшие возможности для общения населения, решения актуальных местных задач, а также развития традиций районной прессы открыли бы порталы, созданные на базе локальных СМИ. Причем те редакции, которые первыми поставят перед собой задачу создания общегородского или общерайонного ресурса, получат значительные преимущества перед другими СМИ, выходящими на той

же территории, так как сформировать привычку обращаться к сайту газеты будет проще, чем «отвоевывать» пользователей у конкурента. Так, сайт газеты «Бердские новости», появившийся на несколько лет позже, чем портал издания «Курьер. Среда. Бердск», несмотря на разветвленную рубрику, разнообразие интерактивных сервисов и регулярно обновляемый контент, до сих пор имеет уровень посещаемости примерно в десять раз ниже, чем у соперников. При этом тираж бумажной версии «БН» в два раза больше.

Опасения редакторов локальных изданий по поводу того, что электронная и бумажная версии газеты могут стать конкурентами, отчасти справедливы. Учитывая сегодняшнее состояние сайтов районных изданий, мы видим, что их содержание, действительно, мало, чем отличается. Однако дальнейшее развитие электронных ресурсов приведет к усилению базовых преимуществ интернета как средства массовой информации и трансформации контента сайтов СМИ. Процесс распространения виртуальных технологий и усиление их информационного воздействия, очевидно, уже не обратим, а значит, если редакция районной газеты хочет сохранить свое влияние на жителей и собирается дальше развиваться как творческий коллектив и социокультурное явление, игнорировать возможности функционирования издания в Интернете невозможно.

Список литературы

Баттри С. Газеты нуждаются в новых бизнес-моделях // 9+ Новая концепция для местных масс-медиа: 9 ответов на вопрос о том, как наладить коммуникации в вашем сообществе / Под ред. В. Юкечева. Новосибирск: ИРП-Сибирь, 2010.

Кирия И. Мультимедиа и новые принципы новостей // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред. А. Г. Качкаевой. М., 2010.

Черных А. И. Мир современных медиа. М., 2007.

Список источников

Аспект (Барабинск. Куйбышев).
URL: <http://aspekt-press.ru/>

- Бердские новости.
URL: <http://www.berdskbn.ru>
- Вести (Куйбышев).
URL: <http://westisib.ru/>
- Конкурент (Искитим).
URL: <http://www.konkyrent.ru/>
- Кочневские вести.
URL: <http://rgkv.su/>
- Курьер. Среда. Бердск (Бердск).
URL: <http://www.kurer-sreda.ru/>
- Маслянинский льновод.
URL: <http://masllnovod.ru/smi/main>
- Наша жизнь.
URL: <http://nasha-zhizn.ru/>
- Новая жизнь.
URL: <http://suzun.info/>
- Сибирская околица (Татарск).
URL: <http://okolica.net/>
- Трудовая правда.
URL: <http://trudpravda.ru/>
- Чановские вести.
URL: <http://chanygazeta.ru/>
- Черепановские вести.
URL: <http://cherepanovskie-vesti.nsk.ru/>

Материал поступил в редколлегию 17.12.2012

L. N. Kislaya

**WEBSITES FEATURES OF THE REGIONAL PRESS
(ILLUSTRATED WEBSITES OF NOVOSIBIRSK REGION NEWSPAPERS)**

This paper describes the current state of the websites newspapers of Novosibirsk region, marked reasons why today almost stopped site forming process. The author defines the characteristics of internet resources of local newspapers, reveals differences of content media websites and print versions of publications. Particular emphasis is placed on the specific transformation of regional media as will strengthen the role of the Internet in the life of villages and towns.

Keywords: website, the regional press, content, interactive.