

**Л. Н. Кислая**

*Новосибирский государственный педагогический университет  
ул. Виллюйская, 28, Новосибирск, 630126, Россия*

*Liliya12@yandex.ru*

### **СОПРОТИВЛЕНИЕ ПЕРЕМЕНАМ: ФАКТОРЫ НИЗКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ РАЙОННЫХ (ГОРОДСКИХ) ГАЗЕТ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

Рассматриваются причины медленного развития интернет-ресурсов районных (городских) газет сквозь призму понятия «сопротивление изменениям». Авторские выводы и интерпретации сделаны на основе многолетних наблюдений за деятельностью сайтов и страниц в соцсетях локальных печатных изданий Новосибирской области, анкетировании, проведенном среди специалистов, занимающихся сетевыми ресурсами районных СМИ, и семинара, организованного для редакторов этих медиа. Отмечены страхи, лежащие в основе сопротивления переменам, факторы, усиливающие негативные ожидания и неготовность сотрудников районных газет переходить к конвергентным принципам работы масс-медиа.

*Ключевые слова:* интернет-ресурс, районная пресса, сопротивление изменениям, обратная связь.

Тема кризиса печатных изданий – одна из самых обсуждаемых в современной научной и научно-популярной литературе о журналистике. Полярность точек зрения, высказываемых на этот счет, только подогревает существующие дискуссии. Однако падение тиражей и повальный переход газет в онлайн-пространство свидетельствуют о неизбежности трансформации системы традиционных СМИ.

На практике многие редакторы воспринимают идею «умирания газет» [Мирошниченко, 2011] как сугубо теоретическую, не имеющую прямого отношения к деятельности их издания. Семинар, проведенный преподавателями кафедры журналистики НГПУ

для редакторов районных (городских) газет Новосибирской области в 2016 г. на тему «Конвергенция в современной журналистике» (участвовало 32 редактора районных (городских) газет, учрежденных правительством НСО), показал, что такой взгляд разделяют и руководители местных изданий.

В Новосибирской области учредителем большинства локальных газет является региональное правительство, т. е. это государственные дотируемые СМИ (в том числе семь районных изданий, входящих в государственное автономное учреждение Новосибирской области Издательский дом «Советская Сибирь»). Многие из них кроме бумажной версии газеты имеют сайт или

*Кислая Л. Н. Сопротивление переменам: факторы низкой эффективности интернет-ресурсов районных (городских) газет Новосибирской области // Вестн. НГУ. Серия: История, филология. 2017. Т. 16, № 6: Журналистика. С. 65–73.*

сообщество в соцсетях. Учитывая данный факт, можно утверждать, что редакции работают в условиях конвергенции.

Несмотря на это, а также на то, что тема создания своего интернет-ресурса среди коллег и кураторов (представителей учредителя) обсуждается давно, обучающий семинар продемонстрировал неготовность районных изданий развиваться в этом направлении.

Первые электронные версии печатных изданий районов Новосибирской области стали появляться в 2008–2009 гг., чуть позже редакции некоторых «бумажных» СМИ создали свои страницы в социальных сетях, причем в первую очередь не для продвижения основного медиаресурса, а как дополнительный инструмент взаимодействия с аудиторией района. Сайты и страницы в соцсетях использовались в разной степени: в одних, помимо размещения контента газеты, использовалась дополнительная информация справочно-развлекательного характера, другие, так называемые сайты-презентации, выполняли функции дополнительного источника сервисных данных. Регулярность пополнения также варьировалась от нескольких раз в неделю до раза в несколько недель. К началу 2017 г. среди 32 районных (городских) газет Новосибирской области, составивших эмпирическую базу данного исследования, свои сайты поддерживают десять редакций: «Степная нива», «Бердские новости», «Искитимская газета», «Маслянинский льновод», «Ордынская газета», «Тогучинская газета», «Знамя труда», «Чановские вести», «Черепановские вести», «Чулымская газета». Для более объемной характеристики развития электронных ресурсов местных СМИ в рамках данного исследования было проведено анкетирование специалистов, которые модерируют и наполняют интернет-версию издания (редакторами сайтов их называть некорректно, так как официально в их должностные обязанности часто не входят эти функции). По электронной почте в редакции районных (городских) газет НСО, которые имеют свои сайты, была разослана анкета с вопросами, связанными с режимом и технологией размещения информации на сайте, характеристикой специфики печатного и электронного контента. Целью исследования было выявление трудностей в развитии электронных версий газет с точки зрения исполнителей. В результате получено 8 ответов (на

наш взгляд, это достаточно репрезентативная выборка, учитывая, что системно с сайтами сегодня работает всего 10 редакций государственных районных СМИ Новосибирской области).

Еще несколько лет назад свои сайты были у 19 редакций, однако в период 2013–2015 гг. девять редакций районных СМИ Новосибирской области («Сельская правда», «Наша жизнь», «Коченевские вести», «Краснозёрская новь», «Маяк Кулунды», «Мошковская новь», «Новая жизнь», «Кулундинская новь», «Аэро-сити») прекратили обновлять информацию на своих ресурсах (специалисты этих редакций принять участие в анкетировании отказались). И подобная ситуация не уникальна.

О сложностях включения районных СМИ в сетевую среду пишет оренбургский исследователь К. А. Бабина: «Районные газеты в настоящее время переживают кризис. Они вышли в Интернет, но лишь немногие смогли в нем остаться. Большинство сайтов просуществовало с 2009–2010 по 2011–2013 годы, а после перестали функционировать и обновлять, добавлять информацию. Это связано в первую очередь с экономическими причинами – для малотиражных районных газет не так просто найти рекламодателя для своего сайта, который к тому же не является (в силу малого количества новой информации и визуальной однотипности большинства из них) привлекательным для читателей. 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. Массовый отказ от сайтов районов произошел в 2012–2013 годы, когда 42 районные и городские газеты (с 1993 года принадлежавшие районным администрациям) проходят этап реорганизации и становятся филиалами ГУП «РИА Оренбуржье». Единой электронной платформой для всех местных изданий становится сайт RIA56, ставший самым масштабным интернет-проектом в Оренбургской области за все годы. Именно поэтому у большинства районных газет Оренбургской области отсутствуют или перестали функционировать сайты» [Бабина, 2014. С. 161].

В Новосибирской области семь «районков» были переведены в издательский дом «Со-

ветская Сибирь». Очевидно, что, если бы не изменившаяся политическая ситуация, большинство местных государственных газет перешли бы под руководство этого медиахолдинга. Хотя, как видим, вопрос размещения в виртуальном пространстве информации локальных СМИ до сих пор полностью не решен даже здесь: то она в качестве событийного придатка появляется на сайте газеты «Советская Сибирь», то становится частью портала-дайджеста [nv.ru](http://nv.ru), то размещается на официальной странице структурного подразделения правительства региона, курирующего деятельность районных газет.

Если характеризовать в целом присутствие районных газет Новосибирской области в глобальной сети, то сегодня порядка четверти не имеют никаких ресурсов в Интернете (сайтов, страниц в соцсетях) или их ресурсы представляют собой информационный «мусор» – формально существуют, но не обновлялись несколько месяцев или даже лет. Однако и те издания, которые завели свои сайты или страницы в соцсетях (из 32 изданий 8 СМИ имеют станицы в «Одноклассниках», 6 – «ВКонтакте», 10 – в обеих соцсетях, 1 – «ВКонтакте» и «Фейсбуке»), часто ведут эту работу не системно и с низкой эффективностью, и предпосылок к скорому изменению положения, на наш взгляд, не существует.

Под эффективностью в данной статье мы понимаем соответствие контента интересам и потребностям целевой аудитории, уровень взаимодействия с аудиторией, что можно оценить по регулярности обновления информации (в том числе фотогалерей), ее актуальности в масштабах конкретного локуса – района, а также по количеству подписчиков, активности обсуждений, комментариев под текстами, наполненности рубрики «Народный корреспондент» или «Народные новости», пометкам «нравится», репостам.

Помимо объективных причин, т. е. обусловленных внешними обстоятельствами (слабое покрытие Интернетом территории районов, отсутствие дополнительного финансирования учредителями на развитие сайта), сложившаяся ситуация, на наш взгляд, имеет организационно-психологическую подоплеку.

В современном мире, находящемся под тотальным воздействием технологических

факторов, организационные изменения являются необходимым условием успешной адаптации любой бизнес-компании. «В то же время, согласно экспертным оценкам, около 70 % всех проводимых организационных изменений терпят неудачу. Исследователи связывают эти неудачи не только с ошибками в планировании и проведении изменений, но и с человеческим фактором» [Мкртычан, Исаева, 2015. С. 23]. На наш взгляд, такие оценки справедливы и для отрасли масс-медиа.

Сопротивление изменениям (сопротивление переменам) – понятие, широко используемое: от психологии до политики и экономики, что обуславливает его употребление при рассмотрении проблем в междисциплинарном контексте.

Первым о сопротивлении заговорил известный американский социальный психолог Курт Левин еще в середине прошлого века. Западными социологами и экономистами данный вопрос активно прорабатывался преимущественно в конце XX в. (Н. Тичи и М. Деванна, Хуберт К. Рамперсад, Дж. О'Тул, Дж. Коттер и др.), а российские исследователи проявили большой интерес к феномену в последнее десятилетие (Г. А. Мкртычан, О. М. Исаева, И. В. Кушнир, И. Ф. Похорова, Н. М. Кобзева и др.).

По определению И. В. Кушнир, сопротивление переменам – это «любые действия работников, направленные на дискредитацию, задержку или противодействие осуществлению перемен в процессе труда» [1999. С. 371]. В рассматриваемой нами проблеме интересно то, что переменам в деятельности редакции сопротивляются, прежде всего, руководители редакций. Вывод об этом можно сделать на основании высказываний, прозвучавших на семинаре с редакторами газет. Кроме того, на наш взгляд, более успешное (как минимум количественно) развитие ресурсов газет в социальных сетях, которые, по сути, воспринимаются как неформальное поле общения газеты с аудиторией, инструмент получения обратной связи, привлечения молодых читателей, по сравнению с ситуацией с официальными сайтами СМИ, свидетельствует о нежелании, неготовности прежде всего редакционного руководства кардинально изменять политику распространения контента.

Отдельной задачи обязательной трансформации издания не ставит и учредитель,

хотя с 2008 г. редакции, которые создали свои сайты, имеют моральную поддержку, а тема поддержания интернет-ресурсов районных газет обсуждается на творческих совещаниях. Кстати, семинар, проведенный специалистами НГПУ, также был инициирован правительством Новосибирской области. Рядовые сотрудники с предложениями о развитии сетевых ресурсов также не выступают (хотя, возможно, саму идею и поддерживают), так как знают, что за их предложением последует указание редактора взять на себя обязанность ведения страницы.

А. Б. Бакурадзе отмечает, что сопротивление изменениям – это естественная человеческая реакция, обусловленная недостаточным уровнем мотивации, плохим пониманием целей, недостатком доверия к руководству, разными оценками целей (сопротивление часто возникает из-за того, что работники по-разному оценивают возможные выгоды и издержки грядущих перемен), недостатком знаний и консерватизмом [2013. С. 39–40]. Многие из отмеченного наблюдается в деятельности коллективов районных газет Новосибирской области в отношении развития интернет-ресурсов. Комплексный характер симптоматики, на наш взгляд, можно считать основным доводом, позволяющим адекватно использовать термин «сопротивление изменениям» к данной ситуации.

Психологи Н. Тичи и М. Деванна [1990] выделяют три группы причин сопротивления изменениям: технические, политические и культурологические. По данной классификации можно анализировать сопротивление редакторов районных (городских) газет Новосибирской области развитию интернет-ресурсов их СМИ. К техническим можно отнести причины, связанные со страхами освоения новых программ, приложений, устройств, нежеланием приобретать новые знания, тратить время, прилагать творческие и интеллектуальные усилия к осмыслению процессов в онлайн-пространстве. К политическим – причины, связанные с распределением внутриредакционных обязанностей, материальных ресурсов, изменением статуса ключевых фигур в деятельности газеты, а также с трансформацией характера взаимоотношений с аудиторией, роли редакции в жизни района. К культурологическим – нежелание менять сложившиеся традиции взаимоотношений с аудиторией.

Чтобы развивать свое издание в интернет-пространстве необходимо осваивать новые технологии. Здесь, на наш взгляд, корректно провести аналогию с ситуацией конца 90-х, когда «районки» переходили на компьютерную верстку в редакции, и, несмотря на понимание необходимости таких изменений, этот процесс в регионе длился несколько лет.

Эффективность уже существующих сайтов и страниц в соцсетях районных изданий сегодня крайне низка, в том числе и из-за примитивности структуры и сервисов, предлагаемых этими ресурсами, «моральной устарелости» визуализации. Большинство из них – это площадка для текстов и фотографий, в них слабо реализована интерактивность, практически отсутствует мультимедийность и гипертекстовость. В оформлении сайта не учитываются особенности восприятия информации с экрана или мобильного устройства, а применяются правила газетной верстки. Например, на вопрос анкеты, каков максимально допустимый объем текста может быть размещен у вас на сайте, многие специалисты отвечали, что никогда не задумывались над этим. Все это свидетельствует о непонимании того, что конвергенция подразумевает работу на каждой из медиаплощадок как с самостоятельным специфическим ресурсом.

При этом «районщики» говорят, что они, в принципе, не отказываются от идеи перехода в сеть, но им «важен принт», дотации они получают за «принт», их «аудитория читает газету», их тиражи достаточно стабильны, а значит, никаких революционных изменений они внедрять не будут.

Проведенное среди сотрудников районных газет Новосибирской области анкетирование показало, что главной причиной, по которой не развиваются сайты «районки», журналисты называют отсутствие штатной единицы для осуществления этой дополнительной функции. Пока ее выполняет кто-то из корреспондентов в качестве дополнительной (часто неоплачиваемой) нагрузки. Лоббировать расширение штата редакторы отказываются, считая инициативу заведомо нереализуемой. Такое отношение также свидетельствует о сопротивлении, имеющем психологическую основу.

Руководители местных СМИ знакомы с обсуждаемой в профессиональном сообществе темой кризиса печатных СМИ. При

этом они не исключают вероятности самых фатальных прогнозов. Бесспорно, страх перед тем, что Интернет когда-нибудь станет смертельно опасным конкурентом для печатной периодики, – главный стимул для развития сетевых ресурсов. В целом не отрицая надвигающейся угрозы, многие редакторы «прячутся от проблемы», говорят о ней, как о чем-то абстрактном, аргументируя это тем, что для «районки» она еще лет десять будет неактуальной (пока я руковожу редакцией, ничего не изменится), что многие села живут еще без Интернета, а в глубинке сильны традиции, в том числе традиция чтения газеты. И такое отношение, на наш взгляд, можно сравнить с хорошо известным в психологии феноменом отрицания смерти.

Причем нежелание заниматься сайтом связано не столько с временными и финансовыми затратами, сколько с тем, что придется менять основы – традиции взаимодействия с аудиторией, переходить от линейной коммуникации «СМИ – аудитория», к выполнению роли медиа, т. е. посредника между различными группами пользователей.

Многие редакторы видят в сетевых ресурсах дополнительную возможность обратной связи с аудиторией, при этом среди основных недостатков своих страниц называют именно слабую интерактивность. Районная газета всегда была сильна близостью к читателю. Использование организационных форм работы с аудиторией, рубрики «Вопрос – ответ», «Спрашивали – отвечаем», «По письмам читателей», большие объемы читательской корреспонденции, частые звонки, постоянное непосредственное общение журналистов со своей аудиторией, обусловленное локальностью деятельности редакции, – все это обеспечивает высокую эффективность районной прессы. Методы взаимодействия с читателями используются на протяжении десятилетий, они традиционны и, по мнению многих редакторов, оптимальны и достаточны для газеты. На фоне этого внедрение дополнительных, принципиально иных форм интерактивности, возможных в онлайн-пространстве, становится не просто дополнительной нагрузкой, но и воспринимается как нечто избыточное. Зачем осваивать что-то новое, когда у нас и старое прекрасно работает?

Очевидной кажется мысль, что интернет-ресурсы в первую очередь привлекают моло-

дежь, что, следовательно, должно смягчить проблему старения аудитории «районки» и мотивировать их развивать конвергенцию. Однако пока из-за низкой посещаемости (от 500 до 1 500 уникальных пользователей в неделю, при средних тиражах около 5 000 экземпляров) редакциям сложно вычлнить возрастные категории пользователей.

Не видят в развитии сетевых ресурсов решение задачи привлечения молодой аудитории и журналисты районных СМИ других регионов. Так, в 2016 г. факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова совместно с кафедрой журналистики Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова провели исследование улусных (районных) газет Якутии и выяснили, что, «как и в других регионах, якутские журналисты сетуют, что их газеты мало читает молодежь. На вопрос, как привлечь ее и другие группы читателей, получено немало интересных предложений» [Свитич и др., 2016. С. 121], однако вариант «через Интернет (работа на форумах, сайтах), активнее использовать соцсети, делать аналог в Интернете, более широко развиваться в веб-версии» – оказался не самым популярным. Как предполагают исследователи, потому, что около 40 % газет, попавших в выборку, не представлены в Интернете.

Получается некий замкнутый круг: пока редакция не проявится в Интернете, у нее не будет потребности работать онлайн, пока у нее не будет этой потребности, она не захочет привлекать финансовые и оргресурсы для создания и поддержания электронных страниц.

Спротивление переменам – внедрению новых технологий в районную журналистику, осложняется еще и отсутствием достаточного личного опыта медиапотребления у сотрудников местных СМИ. У большинства (но не у всех) руководителей районных газет есть персональные страницы в «Одноклассниках», чуть меньше редакторов зарегистрированы во «ВКонтакте», меньше четверти – в «Фейсбуке» и «Твиттере», единицы – в других соцсетях. Примерно такая же картина с присутствием в соцсетях и районных газет: в основном это группы в «Одноклассниках», меньше – во «ВКонтакте», у единиц – в «Фейсбуке». На вопрос, в каких соцсетях в основном представлена молодежь вашего района, большинство от-

вечает «ВКонтакте». Четкого объяснения, зачем создаются аккаунты в «Одноклассниках» и не развиваются во «ВКонтакте», у редакторов нет. Таким образом, видно, как на сопротивление изменениям в редакции влияет личный опыт руководителей, а также незнание технологий, программ и возможностей Интернета. И горячего желания осваивать новую сферу у многих «районщиков» нет.

Для подтверждения этого тезиса следует сослаться на результаты исследования профессиональных компетенций сотрудников редакций СМИ Белгородской области, проведенное в 2013 г. С. В. Крюковой. В анкете, предложенной, в том числе, и журналистам районных СМИ, надо было выбрать из списка дисциплины, которые, на их взгляд, следовало бы включить в программу повышения квалификации. «Необходимо отметить сравнительно небольшое количество выбравших дисциплины “менеджмент редакции и маркетинговые исследования медиарынка” и “интернет-журналистика”. Подобное распределение ответов может свидетельствовать о том, что сотрудники районных редакций, во-первых, не осознают высоко конкурентный характер современного медиарынка, не испытывают необходимости использовать ресурсы менеджмента и маркетинга в целях продвижения своего издания и расширения аудитории; во-вторых, не видят перспектив в освоении интернет-пространства.

Отвечая на вопрос, какой компьютерной программой хотели бы овладеть для использования в профессиональной деятельности, сотрудники районных редакций указали Adobe InDesign, PageMaker, Adobe Photoshop, Corel Draw, EasyCD-Extractor, 3DMax, а также “программы дизайна” и “программы web-дизайна”, не уточнив их названия» [Крюкова, 2013. С. 129–130]. Можно предположить, что журналисты их просто не знают и не интересуются данным вопросом, что и повлияло на ответы.

На семинаре для редакторов районных (городских) газет Новосибирской области были продемонстрированы некоторые возможности сетевой журналистики, показаны веб-инструменты и жанры. Однако конкретных пожеланий более детально разобраться в мультимедиа-средствах, научиться создавать, например, лонгриды, у редакторов не было. Аудитория с восторгом смотрела на

экран, а потом сделала вывод, что с их ресурсами в районной журналистике такого никогда не будет: «А лучше вы к нам приезжайте в редакцию и сделайте».

Следует отметить, что есть единичные примеры, когда студенты отделений и факультетов журналистики во время производственной практики в редакциях районных газет пытаются заниматься продвижением медиабренда в соцсетях, вести сайт или создавать мультимедийные произведения, но эта деятельность не дает больших результатов: чтобы она была эффективной, ею надо заниматься ежедневно в течение всего года.

Н. М. Кобзева на основе различных определений пишет о сопротивлении переменам как о явлении, обладающем следующими характеристиками. Это естественная и закономерная реакция персонала, возникающая в ответ на организационные изменения; способность противостоять внедрению преобразований в организации; негативная реакция персонала; вызывает нестабильность в системе внутриорганизационных отношений; представляет собой проблемы, приводящие к увеличению затрат и количества используемых ресурсов организации, необходимых для внедрения нововведений [Кобзева, 2013. С. 299]. Все перечисленные признаки свойственны и сотрудникам районной (городской) прессы Новосибирской области: у редакторов СМИ ценность сетевых ресурсов существенно меньше, чем ценность «принта»; часто собственные сайты воспринимаются как конкуренты бумажной газеты, которые «оттягивают» читателей от газеты и требуют перераспределения денежных средств; отсюда нет решимости вкладывать средства, предпринимать организационные усилия для решения задачи и, тем более, выступать с инициативами и просьбами к учредителям по данному поводу; отсутствие определенности развития ситуации приводит к кадровой нестабильности, нечеткому распределению полномочий среди сотрудников, которые занимаются (могли бы заниматься) Интернетом; освоение интернет-технологий требует приобретения новых компетенций и изменения стиля работы с аудиторией, однако косность, страх перед новым, традиционность «районков» порождает сопротивление, результатом чего становится низкая эффективность функционирования боль-

шинства сетевых ресурсов государственных «районок» Новосибирской области. За многие годы с момента появления первого сайта местной газеты так и не наметилась тенденция к устойчивому массовому развитию веб-контента.

### Список литературы

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

*Бакурадзе А. Б.* Сопротивление организационным изменениям: оценка и средства преодоления // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2013. № 2. С. 39–42.

*Кобзева Н. М.* Феномен сопротивления изменениям: сущность, виды и формы проявления // Вестн. ВГУИТ. 2013. № 4. С. 298–303.

*Крюкова С. В.* Профессиональные компетенции сотрудников редакций печатных СМИ Белгородской области // Науч. ведомости Белгород. гос. ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 27 (170). Вып. 20. С. 126–133.

*Кушинир И. В.* Организационное поведение: Учеб. пособие для вузов. М., 1999. 410 с.

*Мирошниченко А.* Когда умрут газеты. М.: Книжный мир, 2011. 224 с.

*Мкртычан Г. А., Исаева О. М.* Причины сопротивления персонала организационным изменениям: взгляд менеджеров как агентов

перемен // Организационная психология. 2015. № 1, т. 5. С. 22–33.

*Свитич Л. Г., Сминова О. В., Сидоров О. Г.* Коммуникативные процессы и экономика редакций по результатам опроса журналистов в улусных (районных) газетах РС(Я) // Вестн. Северо-Восточного федерального ун-та им. М. К. Аммосова. 2016. № 1 (51). С. 119–132.

*Тичи Н., Деванна М.* Лидеры реорганизации (из опыта американских корпораций): Пер. с англ. М., 1990. 204 с.

### Список источников

Сайт газеты «Степная нива»

URL: <http://stepniva.ru>

Сайт газеты «Бердские новости»

URL: <http://www.berdskbn.ru>

Сайт «Искитимской газеты»

URL: <http://iskitimgazeta.ru>

Сайт газеты «Маслянинский льновод»

URL: <http://masllnovod.ru>

Сайт «Ордынской газеты»

URL: <http://ordynsk.ru>

Сайт «Тогучинской газеты»

URL: <http://тогучинская.рф>

Сайт газеты «Знамя труда»

URL: <https://ust-tarka.ru/news>

Сайт газеты «Чановские вести»

URL: <http://chanygazeta.ru>

Сайт газеты «Черепановские вести»

URL: <http://chervesti.ru>

Сайт «Чулымской газеты»

URL: <http://smi-c.ru>

*Материал поступил в редколлегию 17.01.2017*

**L. N. Kislaya**

*Novosibirsk State Pedagogical University  
28 Vilyuiskaya Str., Novosibirsk, 630126, Russian Federation*

*Liliya12@yandex.ru*

### RESISTANCE TO CHANGES: FACTORS OF LOW EFFICIENCY OF INTERNET RESOURCES OF LOCAL NEWSPAPERS OF THE NOVOSIBIRSK REGION

This article discusses the reasons for the slow development of Internet resources of local newspapers through the prism of the concept of «resistance to changes». Author's conclusions and inter-

pretations are made based on long-term observations of the activities of sites and pages in social networks of local publications of the Novosibirsk region, the survey, conducted among professionals involved in the network resources in the regional media and the seminar held for the editors of these media. It noted the fears underlying the resistance to changes, factors that increase the negative expectations and the lack of readiness of employees to move to regional newspapers go to convergent principles of work of the media.

The theme of the crisis of print – one of the most talked about in the modern scientific and popular scientific literature about journalism. The polarity of viewpoints expressed by this account, only fuels the current debate. However, the drop in circulation and transition total newspapers in the online space testify to the inevitability of the transformation of the system of traditional media.

In practice, many editors accept the idea of «dying newspapers» as a purely theoretical, having no direct relation to their issuance activity. Conducted by teachers of the department journalist NSPU for 32 editors local newspapers of the Novosibirsk region in 2016 a seminar on «Convergence in modern journalism» showed that such a view is inherent and heads of local publications.

In addition due to external circumstances (weak coverage areas of the territory of the internet, the lack of additional funding to founders of a site development), the current situation, in our opinion, has the organizational and psychological background and can be viewed through the prism of the concept of resistance to change. It is noteworthy that resist changes in the activity of the editorial board, first of all, editorial managers. A separate problem of mandatory publication in the transformation converged puts and founder, although since 2008, the editorial board, who created their own websites, have the moral support and theme of maintaining regional newspapers Internet resources discussed at creative meetings.

The researchers identified three groups of resistance changes of reasons: technical, political and cultural. According to this classification, you can analyze the resistance of the editors of local newspapers Novosibirsk region the development of Internet-resources of their media. To include technical reasons connected with fears the development of new programs, applications, devices, unwillingness to learn new skills, take the time to make creative and intellectual effort to understanding the processes in the online space. The political – reasons related to the distribution of responsibilities editorial, distribution and redistribution of material resources, changes in the status of the key figures in the work of the newspaper, as well as the transformation of the nature of the relationship with the audience, the role of editors in the area of life. For cultural studies – the reluctance to change established traditions relationship with the audience.

*Keywords:* online resource, local press, resistance to change, interactivity.

## References

Babina, A. K. Transformatsiya raionnykh gazet v usloviyakh novoy ekonomicheskoy i mediinoy sredy (na primere Orenburgskoy oblasti) [Transformations of regional newspapers in the conditions of the new economic and media environment (on the example of the Orenburg region)]. *Vestnik Volzhskogo Universiteta V. N. Tatishcheva* [*Bulletin of the Volga University. V. N. Tatishchev*], 2014, vol. 3 (16), p. 159–166. (in Russ.)

Bakuradze A. B. Soprotivlenie organizatsionnym izmeneniyam: otsenka i sredstva preodoleniya [Resistance to organizational change: assessment and means of overcoming]. *Munitsypal'noe obrazovanie: innovatsii i eksperiment* [*Municipality: innovation and experiment*], 2013, vol. 2, p. 39–42. (in Russ.)

Kobzev N. M. Fenomen soprotivleniya izmeneniyam: sushchnost', vidy i formy proyavleniya [The phenomenon of resistance to change: the nature, types and forms]. *Vestnik VGUIT* [*Bulletin VGUIT*], 2013, vol. 4, p. 298–303. (in Russ.)

Kryukov S. V. Professional'nye kompetentsii sotrudnikov redaktsii pechatnykh SMI Belgorodskoi oblasti [Professional competence of the staff of the editorial offices of printed media of Belgorod region]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* [*Bulletin of Belgorod state University. Series: Humanities*], 2013, vol. 27 (170), issue 20, p. 126–133. (in Russ.)

Kushnir I. B. Organizatsionnoe povedenie: uchebnoe posobie dlya vuzov [Organizational behavior: textbook for universities]. Moscow, 1999, 410 p. (in Russ.)

Miroshnichenko A. Kogda umrut gasety [When the newspapers will die]. Moscow, Knizhnyi mir, 2011, 224 p. (in Russ.)

Tichy N., Dewanna M. Lidery reorganisatsii (is opyta amerikanskikh korporatsii). [Leaders of reorganization (the experience of American corporations)]. Moscow, 1990, 204 p. (in Russ.)

Mkrtychyan G. A., Isaeva O. M. Prichiny soprotivleniya personala organizatsionnym peremenam [Causes of personnel resistance to organizational change: a view of managers as agents of change]. *Organizatsionnaya psikhologiya* [Organizational psychology], 2015, no. 1, vol. 5, p. 22–33. (in Russ.)

Svitich L. G., Smirnova O. V., Sidorov O. G. Kommunikativnye protsessy i ekonomika redaktsii po rezul'tatam oprosa zhurnalistov v ulusnykh (raionnykh) gazetakh Respubliki Sakha [Communication processes and the economy of the editions according to a survey of journalists in the ulus (district) Newspapers of Sakha (Yakutia)]. *Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta im. M. K. Ammosova* [Bulletin of North-Eastern Federal University. M. K. Ammosov], 2016, № 1 (51), p. 119–132. (in Russ.)