

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
И.И. Е.Г. Иващенко
« 01 » 07 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: **Функционирование районных изданий в онлайн-пространстве**

Исполнитель
студент группы 698 – об (2)

И.И. 30.06.2020г.
(подпись, дата)

П.Д. Пасько

Руководитель
доцент, канд.филол.наук

И.И. 01.07.2020 Е.Г. Иващенко
(подпись, дата)

Нормоконтроль

И.И. 30.06.2020
(подпись, дата)

К.О. Антоницина

Благовещенск 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
И.Г. Иващенко
подпись И. О. Фамилия
«23» 09 2019 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Павло Полины
Вилковны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Функционирование районного издания в онлайн-пространстве.
(утверждена приказом от 23.03.20 № 65742)
2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта): 30.06.2020г.
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: тридцать российских изданий (С.А. Вартанова, И.А. Растикина, А.М. Киселёв и др.), районные газеты Амурской области ("Зеленые огни", "Зеленый вестник", "Милейловский вестник")
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов) специфика районных газет; районные газеты в онлайн-пространстве; обзор районных печатных СМИ Амурской обл. и их интернет-версий; "Зеленый вестник" и "Зеленые огни" как примеры использования современных технологий; "Милейловский вестник": рекомендации по повышению эффективности работы
5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) Приложение А "Интервью с главными редакторами газет "Милейловский вестник."
6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) _____
7. Дата выдачи задания 23.09.2019г.
Руководитель выпускной квалификационной работы: Иванченко Елена Геннадьевна, доцент, канд. фил. наук.
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): 23.09.2019 г.

АВ
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 54 с., 35 источников, 1 приложение.

РАЙОННАЯ ГАЗЕТА, ОНЛАЙН-ФОРМАТ, ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ,
«ЗЕЙСКИЕ ОГНИ», «ЗЕЙСКИЕ ВЕСТИ СЕГОДНЯ», «МИХАЙЛОВСКИЙ
ВЕСТНИК»

В работе исследовано функционирование районных газет в сети Интернет.

Цель работы – изучить функционирование районных изданий в онлайн-пространстве на примере СМИ Амурской области.

В работе были выявлены проблемы функционирования районных газет Амурской области в онлайн-пространстве, а также даны рекомендации по улучшению сайта районных газет на примере издания «Михайловский вестник».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Функционирование районных СМИ в современном медиа пространстве	7
1.1 Специфика районных газет	7
1.2 Районные газеты в онлайн-пространстве	13
2 Специфика функционирования районных газет Амурской области в онлайн-пространстве	21
2.1 Обзор районных печатных СМИ Амурской области и их интернет-версий	21
2.2 «Зейский вестник» и «Зейские огни» как примеры успешного функционирования интернет-СМИ Амурской области	28
2.3 «Михайловский вестник»: рекомендации по повышению продуктивности интернет-версии	34
Заключение	46
Библиографический список	49
Приложение А Интервью с главным редактором газеты «Михайловский вестник»	53

ВВЕДЕНИЕ

Несмотря на широкий спектр средств массовой информации, существующих как на федеральном, так и на региональном уровнях, районные издания остаются популярными среди жителей районов. Уникальность районных газет заключается в том, что они опираются в своей деятельности на местного жителя, на его интересы. Именно поэтому, районная пресса остаётся востребованной.

Однако районные газеты столкнулись с множеством проблем: недостаток финансирования, нехватка кадров, падение тиражей. В такой ситуации переход на электронный формат становится насущной необходимостью. Но и с существованием в цифровой среде у районных изданий возникают трудности.

Актуальность исследования обусловлена недостаточной изученностью функционирования районных СМИ Амурской области в сети Интернет, а также потребностью в практических рекомендациях по созданию полноценного сайта для районных газет.

Эмпирическая база: районные газеты Амурской области: «Зейские огни»(выпуски от 20.03.2020г., от 27.03.2020 г., от 3.04.2020 г., от 8.04.2020 г.)«Зейский вестник»(выпуски от 19.03.2020 г., от 21.03.2020 г., 26.03.2020 г.), «Михайловский вестник»(выпуски от 29 июня 2019 года, от 5 июля 2019 года, от 12 июля 2019 года, от 19 июля 2019 года); электронные версии газет (за период 30.03.2020-1.06.2020 г.) «Зейские огни», «Зейский вестник», «Амурец», «Советское Приамурье сегодня», «Архаринские вести», «Сельские новости», «Михайловский вестник»; интернет-площадка для районных газет «Моя Округа. РФ» (за период 30.03.2020-1.06.2020).

Цель исследования – изучить функционирование районных изданий в онлайн-пространстве на примере СМИ Амурской области.

Цель требует решения следующих **задач**:

- изучить специфику районных газет;
- изучить функционирование районных газет в онлайн-пространстве;

- провести обзор районных печатных СМИ Амурской области и их интернет-версий;

- изучить успешное функционирование интернет-СМИ на примерах газет «Зейский вестник» и «Зейские огни»;

- дать рекомендации по повышению продуктивности интернет-версии газеты «Михайловский вестник».

Объект исследования – функционирование районных СМИ в современном медиа-пространстве.

Предмет исследования – специфика функционирования газет Амурской области в интернет-пространстве.

В ходе написания работы использовались такие **методы исследования**, как сравнение, описание, контент-анализ, типологический анализ.

Степень научной разработанности темы. Изучением районных газет занимались такие ученые, как И. В. Пьянзина, Н. В. Ананян, О. А. Воронова, Л. Н. Кислая, М. В. Симкачёва, Г. О. Мальцев, М. Д. Корнеева, М. В. Ливанова. Тематическое и жанровое разнообразие изучали М. А. Кузюткин, Н. П. Хамидулина, С. Н. Кедяркин, Л. С. Макарова, В. И. Антонова. Над темой перехода печатной версии газет в электронную работали Е. Л. Вартанова, И. А. Распопина, О. В. Смирнова, М. В. Шкондин, Ю. А. Машнинова, А. А. Калмыков, Л. А. Коханова, К. А. Бабина, Е. С. Радионцева, Л. Н. Кислая, А. А. Махнина. Изучением функционирования районных газет в социальных сетях занимались такие ученые, как З. С. Антипина, Е. Г. Власова.

Новизна исследования. Несмотря на изучение функционирования районных изданий в сети Интернет, некоторые вопросы недостаточно изучены. В данной работе исследованы ошибки, возникающие при переходе печатных СМИ в интернет-формат, а также даны рекомендации по улучшению электронной версии газеты «Михайловский вестник».

Теоретическая значимость данной работы проявляется в том, что результаты исследования могут быть применены при дальнейшем исследовании функционирования интернет-версий районных изданий.

Практическая значимость заключается в том, что данная работа поможет в работе практикующим журналистам и редакторам, работающим в районных изданиях.

1 ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РАЙОННЫХ СМИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИА-ПРОСТРАНСТВЕ

1.1 Специфика районных газет

Районная газета как тип периодики имеет небольшую, но стабильную историю в России. И. В. Пьянзина определяет районное издание как «местную газету, рассчитанную на массовую аудиторию – население данного района, призванную печатным словом содействовать удовлетворению его социальных, производственных, духовных потребностей»¹.

«Освещение повседневной жизни людей, их достижений, информационная поддержка по социальным вопросам, акцентирование внимания на народных традициях и истории родного края, ориентация на позитивное мировоззрение и жизнелюбие – таковы концептуально-тематические основы районки»². В своих номерах газета рассказывает о жизни района, его жителях, труде, быте, культуре, политике и экономике. На страницах районных изданий часто корреспондентами выступают обычные читатели, учителя и работники культуры, что даёт почувствовать повседневную жизнь района³.

Районная газета – это особенный вид печатных изданий, распространяемый в провинциях России. Такие издания сконцентрировали своё внимание на тех аспектах жизни общества, которые не освещаются другими СМИ. Ни в каком другом источнике информации читатель не узнает о том, что происходит в районной или сельской администрации, какие мероприятия состоятся в селе и какой местный житель соорудил детскую площадку у себя во дворе. Незаменимость этого вида СМИ очевидна как для обычного сельского обывателя, так и для желающего узнать, что происходит в российских глубинках.

Прежде всего, районная газета опирается на жизнь местного населения, поэтому публикации в газете остаются востребованными. Аудитории необхо-

¹Пьянзина И. В. Районная газета в информационном пространстве региона: типологические ориентации // Региональная журналистика: от истории к современности. 2014. № 1. С. 127-130.

²Симкачёва М. В., Шакиров А. И. Социальная проблематика районных газет республики Татарстан // Ученые записки Казанского университета. 2016. Т. 158, кн. 4. С. 1038-1048.

³Мальцев Г. О бедной районке замолвите слово // Журналист. 2011. №5. С. 78-86.

димо получать информацию «о себе», да и новости в целом. Для многих жителей (чаще всего это люди старшего поколения, привыкшие покупать газету с советских времён) «районка» остаётся одним из главных источников информации.

По словам М. А. Кузюткина и Н. М. Фроловой, «районные издания выполняют функции большинства федеральных, отраслевых и специализированных газет одновременно». «Говоря о соотношении федеральной, региональной и районной информации, представленной на полосах газет», пишут авторы, «верхнюю позицию занимают местные новости»⁴.

Структура районных газет обладает родовыми признаками советской прессы. Исследователи отмечают, что «всем советским газетам была свойственна четкая организованность. В начале номера всегда печатались официальные новости, политические комментарии, затем шли публикации на темы народного хозяйства, а завершали выпуск заметки о культуре, спорте и всякого рода развлекательные материалы. Так было во всех изданиях, независимо от профиля»⁵. Такая тенденция существует и сегодня.

На первых полосах районных газет обычно располагается официальная информация органов местного самоуправления. Подача такой информации играет важную роль в просвещении жителей районов.

Значительное место в районных изданиях занимают публикации на сельскохозяйственную тематику. Такие материалы рассчитаны на работников крестьянско-фермерских хозяйств, людей, имеющих личное подсобное хозяйство, а также местных жителей, владеющих частными или дачными домами. В материалах обычно рассказывают об успехах и трудностях развития сельского хозяйства, сообщают об окончании и начале посевных работ, дают советы по выращиванию овощей для непрофессиональных огородников.

Тема жизни обычного человека всегда вызывает интерес у жителей районов. П. Н. Хамидуллина в своей статье обращает внимание на выявление осо-

⁴ Кузюткин М. А., Фролова Н. М. Специфика идейно-тематического и жанрово-стилевого многообразия современной районной публицистики республики Мордовия // Огарёв-Online. №1 (122). С.1-9.

⁵ Скоробогатько В. В. Графическая формула прессы. М. 2012. 381 с.

бенностей изображения «портретов» простых граждан. В большинстве случаев такие материалы создаются в жанре зарисовки или очерка. Публикации рассказывают о каком-нибудь выдающемся жителе района, его увлечениях, профессии, моментах жизни⁶.

Освещается на полосах районных изданий и спортивная тематика. На страницах местных газет публикуется информация о различных соревнованиях, достижениях в спорте своих земляков, рассказы о выдающихся спортсменах и тренерах.

«Большое внимание в районной периодике уделяется теме культуры. В своих материалах местные корреспонденты рассказывают о культурно-массовых событиях различного масштаба. Данные публикации занимают особое место в просвещении и воспитании населения»⁷.

Во многих районных изданиях публикуются и исторические материалы. Это история отдельных посёлков, памятниках культуры, выдающихся земляков «из прошлого». Большое внимание уделяется Великой Отечественной войне.

Исследователи С. Н. Кедяркин и Л. С. Макарова также отмечают активизацию районных газет Нижегородской области к истории. На страницах «районков» появились специальные исторические рубрики: «Между прошлым и будущим», «Братина», «Истоки», «Малая родина», «Моя малая родина», «Краеведение» и др. В них публикуются материалы местных историков и краеведов, например, материал «Лукоя-новская правда», о посещении А. С. Пушкина Лукоянова и малоизвестных фактах жизни поэта⁸.

Если говорить о жанровом разнообразии районных газет, стоит отметить, что преобладают информационные жанры. М. А. Кузюткин, Н. М. Фролова отмечают, что «из-за достаточно ограниченной площади районных газет, журналисты вынуждены размещать свои материалы как можно компактнее. Напри-

⁶ Хамидуллина П. Н. «Портрет» человека в районной прессе (на примере газеты «Нива») // Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур. 2016. №7. С. 212-216.

⁷ Кузюткин М. А., Фролова Н. М. Специфика идейно-тематического и жанрово-стилевого многообразия современной районной публицистики республики Мордовия. С. 1-9.

⁸ Кедяркин С. Н., Макарова Л. С. Проблемы тематического и жанрово-стилевого своеобразия современной районной прессы (региональный аспект) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2011. №1 (7). С. 61-68.

мер, в заметке, которая в зависимости от объема, может быть и расширенной, коротко сообщают о важном событии из жизни района. В отчете «сухим» языком доводят до сведения читателей информацию о совещаниях и заседаниях местных органов власти, не имея возможности творчески подойти к освещению события»⁹.

Дизайн районных газет остаётся неизменным многие годы. Районные издания обычно выходят в черно-белом цвете форматом А3 в количестве четырёх полос (плюс правительственная вкладка). Лишь некоторые «районки» используют цветную печать и выпускаются с большим количеством страниц. А. С. Краснобаярова в своей статье отмечает, что «газеты новой волны более демократичны по формату, содержанию, имеют достойное техническое оснащение и, как правило, полиграфическое исполнение, современный, удобный дизайн»¹⁰.

Учредителями районных газет могут выступать областные комитеты по печати, местные администрации, редакционные коллективы в лице АО, ООО, местные предприятия, частные лица, причем довольно часто состав учредителей бывает смешанным. Учредителями районных изданий чаще всего являются местные власти, что нередко становится проблемой для их «выживания».

Местная власть заинтересована в сообщении информации о своей деятельности, о позициях по разным вопросам, в формировании благоприятного имиджа. Учредители публикуют свои материалы большим объемом, тем самым оставляя редакции мало места для публикации текстов с более интересной информацией.

М. Д. Корнеева, изучая СМИ Ставрополя, отметила, что «в районных изданиях пресс-релизы властных органов не сокращаются. Стоимость квадратного сантиметра площади «районки» для власти, видимо, достаточно низка: её материалы отличаются расточительно большими объемами. Требование опубли-

⁹ Кузюткин М. А., Фролова Н. М. Специфика идейно-тематического и жанрово-стилевого многообразия современной районной публицистики республики Мордовия. С. 1-9.

¹⁰ Краснобаярова А. С. Элементы визуализации в районной газете как средство отражения портрета целевой аудитории издания // Медиасреда. 2019. № 1. С. 51-57.

кования пространных материалов и порой имеющей весьма отдалённое отношение к нуждам и интересам населения районов информации можно рассматривать как административное давление»¹¹.

Стоит отметить, что газеты, в которых учредителями являются органы местного самоуправления (администрации района, области), не могут публиковать материалы, противоречащие позиции органов власти.

Нехватка специалистов, оборудования и финансирования также влияет на качество районной прессы. Согласно Федеральному закону "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" районные администрации уступили место муниципальным районам, а, следовательно, многие газеты остались без основного источника финансирования¹².

Из других причин неблагополучия районных и других печатных изданий можно выделить общие экономические и валютно-финансовые трудности, переживаемые в настоящее время страной (в том числе из-за санкций и пандемии); растущую конкуренцию с Интернетом и мобильными коммуникационными устройствами, ведущую к замещению бумажных носителей цифровыми продуктами; падение потребительского спроса на газеты и журналы в стране.

По результатам исследования ВЦИОМ от 13 января 2017 года печатные СМИ читают около трех четвертей россиян (77 %). Обращаются к прессе люди пенсионного возраста – 84 %, тогда как онлайн-пользователи СМИ – это скорее молодежь – 80 % в возрасте 18-24 лет. Большинство граждан РФ (73 %) признались, что не готовы совсем отказаться от бумажных СМИ. Однако доля тех, кто заявил, что может полностью перейти на чтение электронных медиа составила 17 %¹³.

Главной проблемой районных СМИ является низкий уровень контента. Н.В. Ананян указывает на то, что информативность большинства региональных

¹¹ Корнеева М. Д. О функциональном предназначении современной районной прессы (на примере изданий Ставропольского края) // Гуманитарные и юридические исследования. 2014. № 1. С. 160-164.

¹² Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ. Документ опубликован не был. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

¹³ Медиাপотребление сегодня: пять основных фактов // WCIOM: сетевое издание. 2019. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=507> (дата обращения: 15.04.2020).

газет близка к нулю. В большинстве случаев это низкое качество материалов, отсутствие разнообразия жанровых форм, неумение находить по-настоящему интересные темы для аудитории¹⁴.

Из-за недостаточного разнообразия тематики и жанров «страдает» и аудитория «районки». Большую часть читателей местных газет занимают люди пенсионного возраста, привыкшие воспринимать новости с «бумаги». Чтобы привлечь новую молодёжную аудиторию, районной прессе необходимо внести изменения.

По результату опроса самих журналистов, работающих в районных газетах, Якутии, Л. Г. Свитич, О. В. Смирнова, О. Г. Сидоров пришли к выводу, что для того, чтобы привлечь новую молодёжную аудиторию в районную газету, необходимо «изменить стиль подачи материалов, сделать их более яркими, современными, аналитичными, улучшить дизайн, освещать проблемы, которые волнуют молодежь и дать больше публикаций для проведения досуга. Для этого наладить выпуск молодежной страницы, приложения, вести тематические полосы или постоянные рубрики»¹⁵.

Исследуя районные газеты Новосибирской области, Л. Н. Кислая пришла к выводу, что «районщики» боятся потерять основную часть целевой аудитории – людей пенсионного возраста, которые читают газету из-за того, что не имеют альтернативного источника получения местной информации и часто по привычке, сформированной еще в советские годы, – поэтому, несмотря на понимание актуальности проблемы «старения» читателя, кардинально контент своих изданий не меняют»¹⁶.

Нежелание что-то менять зависит только от редакции «районки». В большинстве случаев редакторы до сих пор следуют принципам советской периоди-

¹⁴ Ананян Н. В. Региональные СМИ и освещение деятельности местных органов власти // Журналистика в 2004 году. СМИ в многополярном мире. 2005. №1. С. 49-50.

¹⁵ Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Сидоров О. Г. Коммуникативные процессы и экономика редакций по результатам опроса журналистов в улусных (районных) газетах РС (Я) // Вестник СВФУ. 2016. № 1(51). С. 119-132.

¹⁶ Кислая Л. Н. Интернет-ресурсы как фактор привлечения молодёжной аудитории (на примере районных газет Новосибирской области) // Журналистский ежегодник. 2012. №1. С. 45-47.

ке. Такие СМИ не готовы к переменам и работают по «старинке», выработанной на протяжении десятилетий.

Это подтверждают и исследования М. В. Ливановой. За время изучения региональных газет Центральной России в 2012-2017 гг., Ливанова пришла к выводу, что «издания сохраняют традиции партийно-советской печати, несмотря на появление новых общественных запросов и практик»¹⁷.

Есть и оптимистические прогнозы для районной прессы. Например, В. В. Тулупов считает, что «именно благодаря местной прессе в стране сохраняется единое информационное пространство, к тому же в лучших своих образцах она выполняет социальную функцию, поэтому от районной газеты не следует требовать рентабельности или прибыльности, особенно в сегодняшних экономических условиях». В таком случае, считает автор «обеспечивается высокая востребованность публикуемой местной информации, а также мощный организаторский ресурс, которым обладают местные редакции путем вовлечения населения в самоуправление, проведение гражданских акций, взаимодействие населения с местной властью»¹⁸.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что районные газеты по сей день пользуются спросом у местных жителей. Стабильность и востребованность – главные их преимущества. По словам В. И. Антоновой «районкам» обеспечена долгая жизнь, так как «ни одна центральная газета с высот своего взгляда на мир спускаться к «малому» читателю не будет» – пишет автор¹⁹.

1.2 Районные газеты в онлайн-пространстве

В век цифрового общества вся получаемая информация становится доступной только по одному клику мыши или при разблокировке смартфона. Люди привыкли к доступному, понятному и оперативному контенту. Эту тенденцию не могли пропустить и СМИ.

¹⁷ Ливанова М. В. Районная газета на информационном рынке: сегодня и завтра // Журналист. 2006. № 11. С. 25-29.

¹⁸ Тулупов В. В. Региональная журналистика: сегодня и завтра // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 2 (4). С. 78-92.

¹⁹ Антонова В. И. Региональная пресса в системе российской журналистики: типология и жанрообразование. Саранск., 2006. 157 с.

Сетевое издание открывает новые возможности в распространении информации и установлении контакта с аудиторией. Основными характеристиками сетевых СМИ выступают оперативность и быстрота обновления информации. Процесс появления информации в традиционных СМИ по сравнению с интернет-изданиями довольно сложен и требует значительно больше времени. К примеру, газета, прежде чем попасть в руки читателя, проходит длинный путь: необходимо составить макет будущего номера, верстку, отправить в печать. У сетевых СМИ эти проблемы не стоят, наполнение сайта может проходить в любое время.

Интернет даёт возможность использовать мультимедийные средства – текст, фото, видео, звук, анимацию; пользоваться обратной связью «здесь и сейчас» с помощью комментариев, форумов, чатов; оставлять гиперссылки по тексту, позволяющие читателю перейти на другой интернет-ресурс, чтобы ознакомиться с информацией более подробно.

Использование интернет-ресурсов даёт возможность местным изданиям соответствовать современным информационным трендам. Если большинство провинциальных газет до сих пор выходят в формате А3 в черно-белом цвете, то наличие собственного сайта даёт им возможность выйти за пределы локального медиапространства.

Многие СМИ разного уровня достаточно хорошо освоились в сети Интернет и в полной мере используют её возможности, в то время как районные издания имеют трудности с переходом в онлайн-формат.

По результату мониторинга Е. С. Радионцевой в 2012 году в Омской области из 32 районных газет, 14 имели электронные версии. На втором месте Красноярский край, в котором насчитывается 39 % электронных версий от общего числа периодических печатных районных изданий. На третьем месте Алтайский край с результатом 36 % электронных версий от общего количества районных изданий. Это 21 электронный вариант, а всего в Алтайском крае вы-

ходит 59 «районков». Последнее место занимает за Новосибирской областью с 5 электронными версиями из 32 районных газет²⁰.

Сегодня районная газета в онлайн-формате существует в нескольких видах:

- в виде официального сайта редакции (или раздела на партнёрском сайте, специальной платформе);
- в виде группы (или публичной страницы);
- в социальных сетях, в виде канала в мессенджере²¹.

Привычнее представлять, что районная газета имеет свой собственный сайт, однако на практике это можно встретить не часто. Например, по результатам исследования З. С. Антипиной в Пермском крае собственный сайт имеют лишь 45 % газет²².

В большинстве случаев сайты районных газет представляют собой перепечатки традиционных изданий. Такой онлайн-формат исследователи называют «клоном». Помимо материалов из печатной версии газеты на сайтах обычно присутствует фотогалерея и информация о редакции. Часто эти ресурсы даже не содержат архива газеты и сервиса обратной связи. Они редко обновляются и имеют очень низкое число посещений. Сложно определить зачем и для кого созданы данные сайты.

Количество посещений электронных версий районных 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 контент, поддерживают обратную связь и регулярно обновляют новости.

Многие районные издания отдают предпочтение социальным сетям, «причем в первую очередь не для продвижения основного медиаресурса, а как

²⁰ Радионцева Е. С. Электронная версия районной газеты: типологические особенности // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2012. № 2. С. 17-22.

²¹ Там же. С. 18.

²² Там же. С. 21.

дополнительный инструмент взаимодействия с аудиторией района»²³. Чаще всего используются такие платформы, как «Одноклассники», «ВКонтакте», «Инстаграм».

В. Г. Власова считает, что «выход журналистских редакций в социальные сети является одной из самых ярких особенностей современного этапа медиа-конвергенции»²⁴. Редакции районных СМИ увидели новые возможности для развития своих изданий. К примеру, в Пермском крае 60 % «районок» создали страницы в социальных сетях²⁵.

Интернет-сообщества на первом этапе взаимодействия с районными газетами использовались для ознакомления и общения с аудиторией. Также издания черпали из социальных сетей информацию для своих материалов. Публикацию же собственных текстов «районок» пока осуществить не получается.

«Большинство редакций используют сетевые аккаунты в качестве доски объявлений или стены для анонсов редакционных материалов и проведения опросов. В сложившейся ситуации необходимо внимательнее отнестись к процессам функционирования журналистского контента в пространстве социальных сетей, в том числе к проблемам формирования новых жанровых конструкций»²⁶.

Таким образом, можно сделать вывод, что редакция районных газет не до конца понимает, как осуществить свою журналистскую деятельность в социальной сети.

К. А. Бабина пишет: «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

²³ Кислая Л. Н. Сопротивление переменам: факторы низкой эффективности интернет-ресурсов районных (городских) газет Новосибирской области // Вестн. НГУ. 2017. № 6. С. 65-73.

²⁴ Власова Е. Г. Районные газеты и социальные сети: жанровые аспекты взаимодействия (на материале СМИ пермского края) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 120-126.

²⁵ Там же. С. 122.

²⁶ Власова Е. Г. Районные газеты и социальные сети: жанровые аспекты взаимодействия (на материале сми пермского края). С. 120-126.

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. Массовый отказ от сайтов районов произошел в 2012-2013 годы»²⁷.

По мнению З. С. Антипиной местной прессе трудно функционировать в глобальной сети, «работа маленьких местных газет в бурно меняющемся информационно-коммуникативном и технологическом пространстве с трудом поддается системному описанию – слишком велика разница социально-политических, экономических и историко-культурных условий, в которых возникла и функционирует малая региональная печать»²⁸.

Л. Н. Кислая выделяет три основные причины плачевного состояния интернет-версий районных газет:

-«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;

-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

²⁷ 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.

²⁸ Антипина З. С. Информационно-коммуникативная роль районных газет в социальных сетях (на примере печати пермского края) // Вестник Пермского Университета. 2018. № 4. С. 5-12.

версии издания, так как уверены, что многие читатели в таком случае не захотят покупать газету и знакомиться с «устаревшими» сообщениями;

- 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»²⁹.

Л. Н. Кислая также говорит о том, что «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»³⁰.

К причинам неполноценного функционирования сайтов районных газет можно отнести и недостаток оборудования. Если предположить, что сотрудник, который бы занимался администрированием сайта будет найден, работать ему будет не на чем. Эту же проблему можно и отнести к невозможности полноценно использовать мультимедийность, к примеру, снять видео и сделать монтаж будет практически невозможно.

Еще одной проблемой функционирования районной газеты можно назвать некомпетентность работников редакции в интернет-журналистике. Многие корреспонденты и редакторы не знают, как писать тексты в сеть. А ведь существуют специальные требования:

- новость для сайта должна содержать 1500-2000 знаков;
- заголовок в Интернете должен кратко описывать содержание материала и не превышать 70 символов;

²⁹ Кислая Л. Н. Специфика сайтов районных изданий (на примере сайтов газет новосибирской области) // Вестник НГУ. 2013. № 6. С. 67-72.

³⁰ Кислая Л. Н. Сопротивление переменам: факторы низкой эффективности интернет-ресурсов районных (городских) газет новосибирской области // Вестник НГУ. 2017. № 6. С.65-73.

-на сайте обязателен лидер-абзац. Именно по заголовку и лиду читатель определяет содержание новости и решает, открыть материал полностью или нет;

-на сайте обязательно указание даты события;

-надо указывать хотя бы один раз точное место события;

-текст на сайте обязательно должен быть уникальным³¹.

При этом правительство прилагает усилия для поддержания районных газет в сети Интернет, например, создание площадки для развития районных газет в цифровой среде «Моя Округа. РФ».

Проект «МояОкруга.рф» – это интернет-платформа для районных СМИ, созданная в 2016 году А. Долговым. Цель данной площадки заключается в том, чтобы вывести районные редакции на качественно новый уровень, то есть создать им современный медийный сайт, заточенный под задачи газеты, научить их работать с аудиторией и зарабатывать на рекламе.

Также данный сайт может являться каналом связи местной муниципальной администрации с жителями. Глава района может использовать сайт районной газеты, например, для публичного обсуждения проектов документов, для какой-то обратной связи с жителями, для опросов общественного мнения³².

Платформа даёт всё необходимое для полноценного функционирования сайта газеты. Издатель СМИ с помощью «МоейОкруги.рф» получает интернет-сайт (если у него он еще не имеется), содействие в его продвижении, а также аудиторию из других районов и регионов.

Для обслуживания площадки не нужен специальный сотрудник. Редактор или корреспондент легко сможет сам загрузить на сайт свои материалы. Что, несомненно, является плюсом, так как кадров, оборудования и финансирования в районных СМИ всегда не хватает.

Информация на сайте «МояОкруга.рф» располагается в 9 рубриках: «Новости», «Официально», «Общество», «Экономика», «Культура», «Образова-

³¹ Махнина А. А. Новость на сайте районной газеты и в ее печатной версии // Медиасреда. 2014. № 9. С. 34-40.

³² Встреча с участниками проекта «Стартапы в интернете» // Официальные сетевые ресурсы Президента России. 2013. 5 ноября. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/19567> (дата обращения: 15.05.2020).

ние», «Здоровье», «Спецпроекты», «Товары и услуги». Газеты могут публиковать свои материалы как в этих рубриках, так и иметь свои. Например, в газете Константиновского района Амурской области «Заря Амура» есть такие рубрики как: «Администрация района», «Наши спортсмены», «Наша медицина», «События», «Закон и право» и другие. Перепечатки из печатной версии издания публикуются в рубрике «Из свежего номера».

Дизайн на каждой странице одинаковый. В верхнем левом углу шапка газеты и выходные данные. Цвета на сайте нейтральные. Фон сайта белый и светло-голубой, новости написаны черным цветом или белым, в зависимости от фона.

Проект работает в Амурской, Волгоградской, Калининградской, Кемеровской, Пензенской, Самарской, Саратовской, Тульской, Ульяновской, Ярославской областях, Красноярском крае и республике Северная Осетия – Алания. Всего к настоящему времени охвачено 509 районов³³. Однако не все издания функционируют на сайте «МояОкруга.рф» в полной мере. Чаще всего проблема заключается в редкой публикации материалов и недостаточном продвижении сайта.

Итак, подводя итоги, можно сделать вывод, что, не смотря на весь спектр предоставляемых интернет-возможностей, районные газеты используют это не в полной мере и находятся только на полпути к переходу в Интернет. Пока районным изданиям не удалось покорить онлайн-пространство, но в будущем, вероятнее всего, «районки» в полной мере освоят цифровой формат.

2 СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РАЙОННЫХ ГАЗЕТ АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ В ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ

³³ О проекте // MOYAKRUGA.RU: интернет-сайт для районных изданий. 2013. URL: <http://moyaokrug.ru/selnovosti/Section.aspx?Id=2> (дата обращения: 15.05.2020).

2.1 Обзор районных печатных СМИ Амурской области и их интернет-версий

На сегодняшний день Амурская область территориально делится на двадцать районов: Архаринский, Белогорский, Благовещенский, Бурейский, Завитинский, Зейский, Ивановский, Константиновский, Магдагачинский, Мазановский, Михайловский, Октябрьский, Ромненский, Свободненский, Селемджинский, Серышевский, Сковородинский, Тамбовский, Тындинский, Шимановский³⁴. В районах области выпускаются восемнадцать печатных газет: «Архаринские вести», «Ведомости Белогорского района», «Амурская земля и люди», «Советское Приамурье», «Завитинский вестник», «Амурец», «Заря Амура», «Вперёд», «Михайловский вестник», «Наша жизнь», «Знамя победы», «Зейские огни», «Амурская звезда», «Амурский маяк», «Победа», «Знамя труда», «Сельские новости» и одно электронное издание «БАМ» (по подсчетам автора).

Районные газеты Амурской области, как и «районки» других регионов России, столкнулись с множеством проблем. Наибольшего напряжения ситуация достигла в Селемджинском районе.

Единственная районная газета Селемджинского района «Селемджинский вестник» с 2015 г. переживала серьезную оптимизацию. С 1 июля 2015 г. в штате вместо двух корреспондентов остался один, сократили оператора набора текста и корректора. Большинство оставшихся сотрудников были переведены на полставки.

Издание распространялось только по подписке. Когда администрация района отказалась оплачивать льготную подписку для пенсионеров и инвалидов, она серьезно упала. В 2013 году газету выписывали 770 человек, а в январе 2015 г. подписка составляла 407 экземпляров.

³⁴ Административно-территориальное деление Амурской области // amurobl.ru: офиц. сайт Правительства Амурской области. URL: <https://www.amurobl.ru/pages/amurskaya-oblast/o-regione/geografiya/administrativno-territorialnoe-delenie-amurskoj-oblasti> (дата обращения: 6.06.2020).

Газета Селемджинского района не смогла найти средства и для того, чтобы продлить работу своего сайта. В результате такой оптимизации с 15 января 2018 г. газета была ликвидирована³⁵.

Прекратила своё существование и газета «БАМ» Тындинского района. Главная причина закрытия – недостаточное финансирование со стороны администрации. Затраты с каждым годом становились больше. Брать средства на аренду помещения, типографию, зарплаты сотрудникам, налоги и прочие траты стало неоткуда. В июне 2019 года соучредители газеты приняли решение приостановить выход печатного варианта газеты «БАМ»³⁶. Интернет-версия газеты существует по сегодняшний день.

Редакция газеты «Зейский вестник» в целях экономии отказалась от дорогих услуг почты и организовала собственные курьерские службы, но в кризисный 2015 год изданию пришлось повышать цены на свои услуги. Как отмечает главный редактор газеты Инна Смирнова, полугодовая подписка на их районную газету в 2014 году стоила около 750 рублей, в 2015 она поднялась уже до 810 рублей. Цену на рекламу издание тоже было вынуждено повысить на 10 %³⁷.

В такой ситуации переход на электронный формат становится насущной необходимостью. Но и с существованием в цифровой среде у изданий возникают трудности.

Результаты мониторинга районных газет Амурской области показали, что все издания, так или иначе, взаимодействуют с глобальной сетью Интернет. Газеты имеют собственные сайты, используют интернет-площадку «МояОкруга».

³⁵ Никифорова А. Кризис в СМИ: журналисты впервые за 20 лет могут оказаться на бирже труда // Ampravda.ru: интернет-портал. 2015. 1 июля. URL: <https://www.ampravda.ru/2015/07/01/058493.html.%20%E2%80%93%2022.09.2019>. (дата обращения: 10.10.2019).

³⁶ Требушевская Н. Соучредители газеты «БАМ» пошли на беспрецедентный шаг: приостановили выпуск газеты // Gazeta-bam.ru: интернет-портал. 2019. 18 июня. URL: <http://gazeta-bam.ru/news/media/2019/6/18/souchrediteli-gazetyi-bam-poshli-na-bespretsedentnyij-shag-priostanovili-vyipusk-gazetyi/> (дата обращения: 05.05.2020).

³⁷ Никифорова А. Кризис в СМИ: журналисты впервые за 20 лет могут оказаться на бирже труда // Ampravda.ru: интернет-портал. 2015. 1 июля. URL: <https://www.ampravda.ru/2015/07/01/058493.html.%20%E2%80%93%2022.09.2019>. (дата обращения: 10.10.2019).

рф», располагаются на сайтах администрации районов, функционируют в социальных сетях.

Анализ интернет-изданий Амурской области позволяет утверждать, что интернет-версии газет функционируют не в полной мере. Типичной можно назвать ситуацию с газетой Ивановского района «Амурец».

Сегодня издание Ивановского района пишет о политике, экономике, культуре, спорте и общественной жизни. Тираж газеты составляет 1200 экземпляров, выпускается «Амурец» в количестве 8 полос, форматом А3. Газета использует несколько интернет-ресурсов для своего продвижения: интернет-площадку «МояОкруга.рф» и отдельный сайт. Ни одна из площадок не функционирует в полной мере.

Информационная общественно-политическая газета «Амурец» использует платформу «МояОкруга.рф» с 2016 года. Материалы публикуются редко, с частотой 3-5 материалов в месяц. Последний материал «Артисты порадовали» был опубликован 12.09.2019 г., данный текст посмотрело 11764 пользователей. Это немалая цифра для районного издания, однако, редакция на данной платформе информацию больше не публикует. Можно предположить, что это связано с созданием собственного сайта.

Собственный сайт газеты Ивановского района имеет следующие разделы: «Главная», «О нас», «Контакты», «Материалы».

В разделе «Главная» редакция газеты «Амурец» приветствует читателя, рассказывает, зачем нужен данный сайт и какую информацию пользователь получит, оставаясь на этом ресурсе. Также здесь опубликованы номера телефонов редакции, бухгалтерии и отдела по рекламе.

В разделе «О нас» расположена информация о газете. Здесь можно найти краткую информацию об истории издания, ознакомиться с нынешней ситуацией в редакции, а также узнать, с какими трудностями столкнулись «газетчики» на сегодняшний день.

Раздел «Контакты» на момент обращения не функционировал. Возможно, это связано с заполнением сайта.

В разделе «Материалы» расположены рубрики газеты: «Новости», «Жизнь районов», «Пресс-служба» «Правительства АО», «Имена и времена», «Спорт», «Сельское хозяйство», «ЖКХ», «Здравоохранение», «Образование», «Культура», «9 мая – День Победы», «Путь к храму». Все публикации в рубриках расположены сплошным текстом, отделенные только заголовками. Такие материалы сложно воспринимать читателю. Текст написан мелким шрифтом, имеет большой объем, не сопровождается фото или видео, информация о дате публикации отсутствует. Трудно не только читать публикации, но и найти нужную информацию.

Материалы сайта газеты «Амурец» составляют перепечатки с традиционной версии издания. Такой вывод позволяет сделать анализ публикаций. Так, материал «Листая памяти страницы» написан в жанре заметки и структурно выглядит как текст для печатной версии издания. Публикация имеет заголовок, лид и основную часть. Материал содержит ознакомительную информацию о фильме, снятом про почетного жителя Ивановки. Нет ссылок на фильм или более подробную информацию о Георгии Семёновиче.

Стоит отметить, что на сайте газеты «Амурец» отсутствует обратная связь. Не предусмотрено место, чтобы оставить комментарий к материалу, нет чата и форума, не существует и рубрики «Народный журналист».

На сайте газеты «Амурец» не используются мультимедийные средства. Публикации состоят только из длинного текста, который неудобно воспринимать. Материалы редко сопровождаются фото, совсем нет видео, аудио и анимации.

Хотя даты публикаций отсутствуют, информация в материалах позволяет определить примерное время, когда были расположены тексты. Так, материал «Африканская чума свиней» был опубликован в сентябре 2019 г. Публикацию «Ивановский район как центр притяжения» разместили в декабре 2019 г. Материал «Листая памяти страницы» также был опубликован в декабре 2019 г., следовательно, сайт газеты «Амурец» перестал функционировать. Можно предпо-

ложить, что прекращение работы интернет-ресурса связано с тем, что сайт пополнялся только перепечатками из печатной версии издания.

Еще одним изданием, испытывающим очевидные трудности можно назвать газету Серышевского района «Сельские новости».

Первый выпуск газеты «Сельские новости» вышел 10 апреля 1935 г. Сегодня газета выходит тиражом 2000 экземпляров, один раз в неделю по пятницам. Электронная версия газеты располагается на интернет-платформе «Моя Округа. РФ».

Сайт газеты «Сельские новости» практически не функционирует. Материалы выходят 1-2 раза в месяц. К примеру, последний материал «Спасибо тебе, мой дед», приуроченный ко Дню победы, вышел 8.05.2020 года. А предыдущий текст «Твои люди, район» был опубликован 24.04.2020 г. Такие редкие публикации набирают около 200 просмотров.

Сравнивая материалы на сайте газеты «Сельские новости», можно сделать вывод, что большей популярностью пользуются публикации о местных жителях. Так, материал «Твои люди, район» о новом волонтере Лидии Зайцевой от 24.04.2020 г. набрал 541 просмотр. Материал кратко рассказывает о помощи пенсионерам, которую оказывает жительница Серышевского района Лидия Зайцева. Публикация написана в жанре заметки.

Еще один популярный материал «Рядом с нами» о пенсионерке, которая работает штукатуром-маляром всю свою жизнь. Публикация, написанная в жанре очерка, рассказывает о жизни Любови Серенковой, об её нелегкой профессии и о том, как её уважают и любят соседи. Материал о жительнице Серышевского района посмотрели 384 пользователя.

Материалы на другую тематику набирают небольшое количество просмотров. Так, материал «В районном совете» о заседании районного Совета набрал 65 просмотров, а публикацию «Предупреждение аварии» посмотрели 75 пользователей. Таким образом, можно сделать вывод, что материалы на сайте не всегда располагаются по запросам аудитории.

К другим районным изданиям, имеющим проблемы с функционированием в Интернете, можно отнести газету Тамбовского района «Амурский маяк», газету Белогорского района «Ведомости Белогорского района», газету Благовещенского района «Амурская земля и люди», газету Константиновского района «Заря Амура», газету Магдаганчского района «Вперёд», газету Октябрьского района «Наша жизнь», газету Ромненского района «Знамя победы», газету Сковородинского района «Амурская звезда», газету Шимановского района «Победа», газету Мазановского района «Знамя труда», газету Михайловского района «Михайловский вестник».

У всех вышеперечисленных изданий есть общие проблемы с ведением сайта:

- Тематика материалов далека от интересов жителей районов. Большинство сайтов районных газет заполняют его перепечатками из региональной прессы. Такие материалы жители района могут прочитать и в других изданиях. Читатель хочет видеть информацию о «себе», о жизни, которая происходит рядом с ним.

- Отсутствие жанрового разнообразия. Чаще всего на сайтах районных газет встречаются информационные жанры: заметки, отчеты, интервью. Однако большей популярностью пользуются портретные интервью, очерки, рекомендации.

- Частота публикаций. Районные газеты пополняют свои интернет-ресурсы 1-15 раз в месяц. К примеру, редакция газеты Свободненского района «Зейские огни» публикует такое количество текстов в день.

- Отсутствие адаптации. Все материалы – это перепечатки с традиционного издания, поэтому сайты пополняются только с выходом печатной версии газет. «Районки» редко публикуют или совсем не пишут специальные материалы для интернет-площадок и являются аналогом печатного формата издания.

- Небольшое количество просмотров. Пользователям не интересен контент, который они уже прочитали в печатной версии газеты. Материалы очень

быстро теряют свою актуальность, а информация на сайт выходит с большим опозданием.

-Отсутствие мультимедийного сопровождения. Многие сайты районных газет Амурской области предпочитают использовать только текст и фото. Видео, аудио и анимации встречаются крайне редко и обычно являются отдельными публикациями.

Другие районные газеты Амурской области предпочитают осуществлять свою деятельность в Интернете через социальные сети. Издания используют такие платформы как «Одноклассники», «ВКонтакте», «Инстаграм», «Фейсбук». Соцсети служат досками объявлений, фотоальбомами, площадкой для размещения региональной информацией, реже используются для размещения материалов с местной тематикой.

К примеру, газета Бурейского района «Советское Приамурье сегодня» использует социальную сеть «Одноклассники». На своей странице издание в основном публикует официальную региональную информацию. Так, материалы рассказывают о ситуации с пандемией Covid-19 в регионе и стране, дают советы как получить выплаты на детей, пользуясь порталом «Госуслуги», информируют о ремонте моста через реку Зея в Благовещенске и др. Данные материалы не пишутся корреспондентами «Советского Приамурья», редакция получает информацию от Правительства Амурской области.

Несмотря на то, что материалы в «Одноклассниках» не затрагивают местную жизнь общества, тексты охотно комментируются, а просмотры публикаций достигают 2 тысяч. Это значит, что собственный контент газеты также мог бы пользоваться спросом.

Газета «Архаринские вести» Архаринского района, также, как и «Советское Приамурье сегодня», публикует правительственные материалы. Но таких текстов намного меньше, чем публикаций с местной информацией.

В социальной сети «Одноклассники» газета «Архаринские вести» рассказывает о новых автомобилях для МЧС, поднимает вопрос о несанкционированных свалках, поздравляет жителей района с различными праздниками. Также

издание даёт ссылки на свой сайт, где располагаются материалы, которые не были опубликованы на данной площадке.

Изучение существующих электронных ресурсов районных изданий Амурской области показало, что лишь единицы целенаправленно используют Интернет как средство массовой информации. Большинство «районок», имея сайт, его не наполняют или редко публикуют свои материалы. Многие сайты газет созданы по единому шаблону, в них сложно отметить определенную адресность, направленность информации. Однако, само использование Интернета в качестве носителя информации уже свидетельствует о попытках полноценно функционировать в глобальной сети.

2.2 «Зейский вестник» и «Зейские огни» как примеры успешного функционирования интернет-СМИ Амурской области

Одна из старейших газет Амурской области «Зейский вестник» начала издаваться 18 сентября 1913 года. За 107 лет газета несколько раз меняла названия: «Голос тайги», «Известия Зейского Совета рабочих и крестьянских депутатов», «Таежная правда», «Призыв», «Коммунистический труд». В декабре 1990 года «районка» была переименована в «Зейский вестник». Интернет-версия газеты носит название «Зейские вести сегодня».

«Зейский вестник» или «Зейские вести сегодня» – это общественно-политическая газета города Зеи и Зейского района. Периодичность выхода печатной версии – три раза в неделю, тираж составляет более пяти тысяч экземпляров. Внешний вид газеты типичный для районного издания: формат А3, черно-белый цвет. А вот количество полос больше, чем у многих «районок», газета выходит в количестве 16 страниц. «Зейский вестник» печатается в собственной типографии. Редакция издания состоит из 25 сотрудников, трудятся «газетчики» и в отделах рекламы, распространения газеты, печатном и компьютерном цехах.

Интернет-версия «Зейские вести сегодня» публикует материалы, как и большинство районных газет не часто, 3 раза в неделю с выходом печатной версии, что позволяет сделать вывод, что сайт пополняется перепечатками с

традиционной газеты. Материалы публикуются на темы сельского и лесного хозяйства, недропользования, образования, здравоохранения, культуры, спорта, ЖКХ, политики и экономики. Также газета рассказывает о выдающихся жителях города Зея и Зейского района. Просмотры на сайте колеблются от 50 до 200. Так, материал «В Умлеканчике уже нет тайменя, ленка, хариуса...», рассказывающий о загрязнении реки Умлекан, посмотрели 189 пользователя. А публикация «Чего там копают?» о земляных работах набрала 75 просмотра.

На сайте газеты «Зейские вести сегодня» также публикуются уникальные материалы. В онлайн-версии можно часто увидеть письма читателей, их жалобы и ответы редакции. К примеру, публикация «Никому нет дела?» представляет собой жалобу читательницы газеты на состояние остановки (на остановке оторвали обшивку, но никто не прикрепил её обратно). Редакция не смогла ответить на вопрос жительницы г. Зеи, но обратила внимание общественности на данную проблему.

«Зейские вести сегодня» выпускают материалы в различных жанрах. На сайте газеты можно увидеть заметки, очерки, письма читателей, репортажи, интервью. Так, материал «В этот раз повезло» написан в жанре заметки, публикация «Прабабушка» написана в жанре очерка, материал «Может кто знает» в жанре письма, текст «Пока не стало поздно» опубликован в жанре интервью, а материал «Сианские будни» написан в жанре репортажа.

Публикации на сайте «Зейские вести сегодня» выпускаются в нескольких рубриках: «Общее», «Клуб потребителей», «Здравоохранение», «Транспорт», «Правопорядок», «Социальная защита», «Семья», «Торговля», «ЖКХ», «Охрана труда», «Лесное хозяйство», «Культура», «Сельское хозяйство», «Бизнес», «Местное самоуправление», «Строительство», «Связь», «Недропользование», «Образование», «Сад, огород», «Спорт», «Разовые рубрики» («Ну и ну», «Взгляд», «Скандал», «Жизнь», «Идея», «Опыт» и др.), «Новости Амурской области».

По количеству материалов в каждой из рубрик можно составить их рейтинг.

Первое место занимает рубрика «Общее», за всё время в ней опубликовано 3678 материалов. В данной рубрике публикуются материалы, которые нельзя отнести к какому-либо разделу. Например, материалы «Дроны ищут обломки» о запуске беспилотников для поиска фрагментов ракеты, «Размер пособия на погребение увеличился» об увеличении компенсации на погребение.

За ней следует рубрика «Культура» - 1333 материала. В этой рубрике публикуются материалы о местных художниках, театре, выставках, размещаются анонсы мероприятий и др.

Третье место делят рубрики «Местное самоуправление» (публикуется официальная информация), «Правопорядок» (публикуются отчёты ГИБДД, информация о происшествиях, изменение законодательства и др.), «Социальная защита» (содержит информацию о различных социальных выплатах), «Образование» (публикуются материалы о школьниках, школе, детских садах), «Спорт» (информация о различных соревнованиях, выдающихся спортсменах), «Здоровоохранение» (содержит статистики различных заболеваний, информацию о посещении поликлиник, отчеты о получении автомобилей скорой помощи). Общее количество публикаций в данных рубриках составляет около 500.

Далее следуют рубрики «ЖКХ» (содержит информацию о коммунальном хозяйстве, реформах ЖКХ и благоустройстве), «Семья» (публикует материалы, посвященные семейным ценностям, истории какого-либо рода), «Транспорт» (содержит информацию о пассажирских перевозках, ремонтах дорог, навигации), «Бизнес» (публикует материалы, посвященные малому бизнесу) и др. Общее количество материалов по рубрикам составляет около 200.

Также на сайте есть разделы: «Главное», «Форум», «Новости», «О нас», «Контакты», «Разное», «Услуги», «Рекламоделателям».

Отдельного внимания заслуживают необычные разделы на сайте газеты, такие как «О нас» и «Контакты». В рубрике «О нас» расположены несколько материалов об истории газеты, её выдающихся сотрудниках, рассказы о борьбе за право на название «Зейский вестник» и многое другое. Язык данных публикаций простой и понятный, написан от первого лица главным редактором «Зей-

ского вестника» Инной Смирновой. Материалы сопровождаются большим количеством фотографий.

Рубрика «На всякий случай» в разделе «Контакты» публикует расписание рейсовых и городских автобусов, важные контакты и краткий телефонный справочник. Данный раздел собрал 41555 просмотра. Такие разделы помогают газете иметь большее количество пользователей.

Газета имеет ярко выраженную обратную связь. Пройдя регистрации на сайте, пользователь имеет возможность оставить комментарий. Некорректные или недопустимые высказывание, по мнению редакции, удаляются. Также пользователь может обсудить «тему дня» на форуме. Например, 3.06.2020 года один из пользователей задал вопрос: «Кто как проводит своё время на досуге?» и получил несколько ответов от других читателей.

Сайт не до конца использует все предоставленные возможности, например, гиперссылки отсутствуют. Однако редакция старается завлечь читателя другими способами, например, активным форумом или разделом «Контакты». Следовательно, можно сделать вывод, что электронная версия газеты «Зейский вестник» может полностью занять нишу в интернет-пространстве.

Еще одним положительным примером успешного функционирования в сети Интернет можно назвать газету Свободненского района «Зейские огни». Началом издания считается 19 июля 1914 г., когда вышел в свет первый номер городской газеты «Алексеевский листок». Нынешнее название «Зейские огни» газета получила в 1962 году.

«Зейские огни» освещают на своих страницах жизнь промышленных и сельскохозяйственных предприятий, их проблемы и решения, публикуется повседневная деятельность органов законодательной и исполнительной власти Свободненского района и г. Свободный, размещаются необходимые документы. Также газета говорит на темы образования, науки, здравоохранения, культуры, искусства, духовных ценностей и спорта. В некоторых выпусках предусмотрен диалог читателей по острым вопросам, касающимся жизни района.

Газета «Зейские огни» одна из первых в Амурской области начала печататься в цветном формате. Газета выходит два раза в неделю по средам и пятницам. Еженедельный объем газеты составляет от 32 до 48 полос формата А3. Тираж 13 000 тысяч экземпляров.

Интернет-версия газеты «Зейские огни» (GZT-SV.RU) создана в 2010 году. Сайт не является копией традиционного издания, а представляет самостоятельную площадку для публикации материалов. Количество просмотров на сайте достигает 3000 просмотров, однако, в основном, материалы смотрят не больше 150 пользователей.

Новости на сайте газеты «Зейские огни» располагаются в 10 рубриках: «Политика», «Общество», «Происшествия», «Экономика», «Культура», «В стране и мире», «Спорт», «Образование», «Природа», «Здоровье». Наибольшее количество материалов располагается в рубрике «Общество». Основная информация на сайте, также, как и в печатной версии, о жизни г. Свободного и Свободненского района.

Большей популярностью на сайте газеты пользуются материалы на местную тематику. Так, материал «Заболевших коронавирусной инфекцией в Свободном уже больше 300» набрал 2138 просмотра. Публикация в жанре заметки рассказывает о сложившейся эпидемической ситуации в г. Свободном и Амурской области в целом. Пользователи в комментариях активно обсуждают количество заболевших. Прокомментировали данную публикацию 11 раз.

Еще один популярный материал на сайте газеты «Зейские огни» рассказывает о продлении пропускного режима в городе Свободный. Публикация «Пропускной режим на территории Свободного продлили до 1 июля» набрала 3284 просмотра и 23 комментария. К сравнению, материал «Редкое астрономическое явление произойдет в самый длинный день года» о лунном затмении, посмотрело 836 пользователей. Данную публикацию никто не прокомментировал.

Жанровая палитра сайта представлена в основном новостными заметками и расширенными новостными заметками. «Зейские огни» также публикуют ин-

тервью и отчёты. Так, материал «Свободненцы могут подать заявление на детские выплаты без предварительной записи» написан в жанре заметки, «Редкое астрономическое явление произойдёт в самый длинный день года» – расширенная заметка, публикация «Глава Свободного: «Ситуация с COVID-19 под контролем и в городе, и на стройке» написана в жанре интервью, «Губернатор поздравил амурских медиков с профессиональным праздником» – отчет.

Сайт газеты «Зейские огни» публикует материалы, которые затрагивает не только Свободненский район, но и жизнь Амурской области. Материалы являются уникальными по своему содержанию и становятся первоисточником для других СМИ. К примеру, информационное агентство «АмурИнфо» часто ссылается на «Зейские огни» в своих материалах. Так, публикации «Жительница свободного обнаружила на своей даче могилу», «Разбитый автомобиль со следами крови обнаружен в свободненском районе» «АмурИнфо» опубликовало с ссылкой на сайт «Зейские огни».

Обновление сайта газеты «Зейские огни» происходит постоянно, материалы публикуются ежедневно. Актуальная информация предоставляется на сайт оперативно. Обратная связь осуществляется с помощью комментариев (почти каждая публикация сопровождается комментариями). В среднем, количество высказываний достигает 8. К примеру, материал «Бесплатные рекомендации от «АВТОСВОБОДЫ» прокомментировали 20 раз, публикация «Амурчанин решил открыть вклад и лишился миллиона рублей» набрала 8 комментариев, материал «В госпитале г. Свободного работают врачи со всей страны» прокомментировали 7 раз», а публикация «Школьники Свободненского района учатся выращивать овощи» набрала 2 комментария.

Интернет-возможности используются в полной мере (есть фото, видео, редакция активно использует гиперссылки). Так, публикация «Новейший мобильный томограф заработал в провизорном госпитале Свободного» сопровождается текстом, большим количеством фото и видео. Материал «В обновлённом сквере Свободного установили две LED-качели», также, содержит текст, фото и видеоматериал.

Итак, проведя анализ онлайн-версий газет «Зейский вестник» и «Зейские огни», можно выделить характеристики успешного функционирования районных изданий в сети Интернет:

- уникальность контента. Анализируемые газеты публикуют не только перепечатки с традиционной версии, но также пишут материалы специально для сайта;

- жанровое разнообразие. Жанровое разнообразие на сайтах газет «Зейский вестник» и «Зейские огни» представлено заметками, интервью, отчетами, очерками и репортажами;

- использование мультимедийных средств. Оба сайта изданий используют текст, фото и видео в своих материалах;

- осуществление обратной связи. Возможность оставить комментарий или обсудить «Тему дня» на форуме нравится пользователям. У читателей сайтов всегда есть возможность высказать своё мнение, задать вопрос и получить ответ.

Таким образом, можно сделать вывод, что газеты «Зейский вестник» и «Зейские огни» являются хорошими примерами для районных интернет-версий изданий.

2.3 «Михайловский вестник»: рекомендации по повышению продуктивности интернет-версии

«Михайловский вестник» – это общественно-политическая газета Михайловского района Амурской области. Первый выпуск издания под названием «За социалистическое переустройство» вышел 17 июня 1932 года. Газета выпускалась в с. Поярково, периодичностью выхода составляла 10 раз в месяц, тираж колебался в пределах 600-2000 экземпляров.

Название «За социалистическое переустройство» газета носила с 1932 г. до 1949 г., затем в 1949 г. газета была переименована в «Колхозную звезду», причина смены названия осталась неизвестной.

В конце 50-х годов в стране началось укрупнение районов. В одну административную единицу были объединены Михайловский, Завитинский и Бу-

рейский районы. Выпуск газеты в Поярково был приостановлен. Вся информация по Михайловскому району передавалась в газету «Социалистическое Приамурье».

Возрождение газеты произошло в 1961 году. Газета начала носить имя вождя пролетариата – «Знамя Ленина». С этим названием газеты просуществовала до 1993 года. После перестройки газетчики долго выбирали новое название, остановились на «Михайловский вестник», возможно, потому что предыдущие названия содержали политическую составляющую.

В настоящее время учредителем газеты является администрация Михайловского района, издатель МУГП «Михайловский вестник», главный редактор И. Г. Шарипова. Тираж составляет 1300 экземпляров, поэтому можно сделать вывод, что издание остаётся востребованным у местных жителей. «Михайловский вестник» выходит форматом А3, в черно-белом цвете, периодичностью 1 раз в неделю, в количестве 8 полос.

В газете печатаются официальные документы, беседы со специалистами разных сфер, налажено сотрудничество с общеобразовательными школами и культурными учреждениями, большое внимание уделяется спортивной жизни района. Первые страницы «Михайловского вестника» занимает официальная информация, далее материалы посвящены истории и культуре, 4-5 страницы выделены для текстов о регионе, 6 полоса, как правило, пишет о местных жителях, их достижениях и успехах, 7 страница предназначена для программы телепередач, на последней полосе размещается информация на коммерческой основе (поздравления и объявления).

Районная газета «Михайловский вестник» не имеет постоянных рубрик. Среди анализируемых газет (выпуски от 29 июня 2019 года, от 5 июля 2019 года, от 12 июля 2019 года, от 19 июля 2019 года) можно выделить такие разделы как «Спорт», «Живая библиотека», «Навстречу 75-й годовщине Победы в Великой Отечественной войне», «Почта МВ», «Фестиваль», «Лето 2019», «Выпускной 2019», «Лето в камуфляже», «Литературная страничка». Так, рубрика «Навстречу 75-й годовщине Победы в Великой Отечественной войне» повтори-

лась 3 раза, рубрика «Живая библиотека» 2 раза, остальные разделы были представлены единожды. Стоит отметить, что названия рубрик больше похожи на заголовки к публикациям, так как почти не повторяются в других выпусках и несут в себе смысл материалов.

Анализ публикаций газеты «Михайловский вестник» позволяет сделать вывод, что основными жанрами являются заметки, расширенные заметки, отчеты, интервью, зарисовки, очерки, поздравления и объявления. Так, в номере от 19 июля 2019 года опубликованы 7 заметок («Воду в Амуре в селе Поярково признали качественной», «О мерах защиты добровольных пожарных, работников добровольной пожарной охраны, а также членов их семей», «Вниманию работодателей», «Мы снова на Ульме», «Детсад, школу и очистные сооружения построят в Сквородине», «Мы вместе», «Культура на колёсах»), 3 расширенные заметки («Вода ошибок не прощает», «В День семьи, любви и верности» «Ивановка – это место силы»), 2 отчета («На сессии районного Совета народных депутатов», «Три этажа и символ экспорта»), 1 зарисовка («Театра – это магия!»), 1 очерк («Никто не забыт!?!»), 5 поздравлений (поздравление жителям с. Новочесноково с юбилеем села, поздравление «дорогому брату, дяде Нестеренко Виктору с юбилейным днём рождения» и др.) и 24 объявления (продажа недвижимости, автомобиля, мебели, угля, скота и др.).

Следует отметить, что на страницах районных газет размещаются материалы, написанные читателями газеты. В основном, такие тексты пишут учителя, работники библиотеки и музея. Они предлагают свои темы и тексты, которые после согласования с редакцией бесплатно публикуются на полосах издания. Такие материалы имеют различную жанровую принадлежность: стихи, зарисовки, благодарности.

Публикация текстов читателей газеты, является большим плюсом для редакции. «Михайловский вестник», таким образом, получает бесплатные материалы для наполнения газеты, новых читателей и, как следствие, увеличение прибыли.

Так, в номере от 28 июня 2019 г. были опубликованы стихи местного поэта из с. Дим Михаила Агафонова в рамках рубрики «Живая библиотека». На этой же странице расположена небольшая заметка библиотекаря Татьяны Дудниковой. В номере от 26 мая 2020 г. в материале «Последний звонок» классный руководитель Меньших Любовь Алексеевна даёт последнее напутствие своему выпускному классу.

Обратная связь с газетой осуществляется по e-mail и телефону. А некоторые читатели до сих пор пишут бумажные письма.

Газета «Михайловский вестник» имеет свой сайт, который расположен на интернет-площадке «МояОкруга.рф». Данную платформу издание использует с 2017 г. Ранее у газеты был собственный сайт, просуществовал он 2 года с 2015 г. Интернет-ресурс пополнялся редко, только перепечатками с традиционной версии. Ликвидировали сайт из-за невозможности иметь специального сотрудника, который бы занимался его администрированием. (Приложение А).

Переход на «МояОкруга.рф» обусловлен несколькими причинами:

- не требуется специалиста для заполнения сайта, это может сделать любой человек из редакции;
- не требуется дополнительного оборудования;
- недостаток материалов модераторы восполняют публикациями из центральной прессы.

«Михайловский вестник» на площадке «МояОкруга.рф» редко публикует материалы. Частота публикаций на интернет-ресурсе составляет 7-20 материалов в месяц. Так, в марте 2020 г. на сайте было опубликовано 7 текстов, а в мае 2020 г. 19.

Количество просмотров на сайте колеблется от двух до семи десятков. Рекордное количество пользователей, просмотревших публикации было зафиксировано 20.11.2017 г. под материалом «Прорвёмся, опера». Стоит отметить, что данная публикация находится в разделе «популярное» и в 2020 году.

Материал «Прорвёмся, опера» был подготовлен к профессиональному празднику Дню полиции. В жанре интервью рассказывается о нелегкой службе

молодого оперуполномоченного отдела уголовного розыска Максима Воронова. Материал интересный, раскрывает многие трудности профессии. Есть досье, в котором мы узнаем о герое больше (Старший лейтенант полиции, оперуполномоченный отдела уголовного розыска, учился в Пояркове, затем окончил Школу МВД в Хабаровске, ему 26 лет). Но материалу не хватает большей информации о герое как личности, мы узнаем только аспекты профессии. Можно предположить, что точно такой же материал вышел в печатной версии издания, т.е. на интернет-платформе он вышел без изменений. У данной публикации 1886 просмотров, на сегодняшний день она остаётся самой популярной, следовательно, можно сделать вывод, что материалы о самих жителях Пояркова интересны читателям и имеют перспективы развития.

«МояОкруга.рф» имеет следующие рубрики: «Новости», «Официально», «Общество», «Экономика», «Культура», «Образование», «Здоровье», «Спец-проекты», «Товары и услуги». В этих разделах публикуются материалы из всех районных газет России, поэтому Михайловский вестник имеет свои подрубрики: «Информация», «Наши спортсмены», «События», «Сад», «Школа», «Интервью», «Наша медицина», «Подвиг во имя победы». В рубрике «Информация» обычно публикуются последние новости, например, материал от 8.05.2020 г. рассказывает о пенсионерке Нине Гударевой, которая победила во всероссийском литературном конкурсе, посвященном Великой Отечественной войне. В рубрике «Наши спортсмены» редакция публикует достижения жителей Михайловского района в спорте. В материале от 1.05.2019 г. «Легкоатлетическая эстафета» корреспондент рассказывает о традиционной эстафете первого мая. Материал «Безопасное колесо» в рубрике «События» вышел 24.04.2019 г. Тема материала – ежегодный конкурс юных инспекторов движения. Рубрика «Сад» рассказывает о детских садах. Так, в материале «Воспитатель года – 2019» от 30.04.2019 г. освещается конкурс «Воспитатель года» на базе детского сада «Колосок» в селе Поярково. Публикация «Научный потенциал Амура» о конференции школьников вышла в рубрике «Школа». В рубрике «Наша медицина» вышел один материал о путешественниках-онкологах. Врачи ездили на трейле-

ре по всей Амурской области и оказывали бесплатный осмотр на предмет онкологии. Михайловский район оказался первым, куда прибыл «Онкопарк».

Так же на сайте есть разделы: прогноз погоды для Михайловского района, объявления (обычно это продажа или съём жилья, продажа угля и животных), раздел популярное (здесь мы видим самые популярные материалы за весь период), справочник (адреса и телефоны предприятий и организаций Михайловского района), календарь, гороскоп и точное время. Есть выход в социальные сети, а именно пользователи могут подписаться на обновления в «Одноклассниках» или «Вконтакте».

Стоит отметить, что раздел «Объявления» пополняется редко, последний текст был опубликован 31.03.2020 г., а предыдущий лишь 5.05.2019 г. Можно предположить, что читатели не публикуют свои объявления из-за низкого количества просмотров публикации.

Раздел «Справочник» также является малоинформативным. В нём расположены только контакты администрации района и приёмной депутатов. Нет номеров и адресов больницы, скорой помощи, МЧС, полиции, школ и детский садов, что позволяет сделать вывод о неэффективности данного раздела.

Контент сайта газеты «Михайловский вестник» повторяет материалы печатной версии издания. Как и традиционная газета, сайт публикует тексты о культуре (материалы «Культура в изоляции», «День поэзии», Масленичные гуляния» и др.), спорте (материалы «Турнир памяти Э.Положиёва», «Волейбол. Хоккей с мячом», «Победы легкоатлетов» и др.), образовании (материалы «Последний звонок», «Призёр конкурса», «Школьники учатся дистанционно» и др.) и выдающихся жителях района (материалы «Призвание», «Роза Николая», «Победный май 45-го года» и др.). Реже выходят публикации на тему политики и экономики.

Жанровую картину представляют заметки, интервью и очерки. Так, публикация «Поярково-Сюньке» написана в жанре заметки, материал «Прорвёмся, опера» представляет собой интервью, публикация «Дорога длиною в жизнь» написана в жанре очерка.

Дизайн страницы «Михайловского вестника» на площадке «Моя Округа. РФ» идентичен другим «районкам». В верхнем левом углу страницы издания «Михайловский вестник» расположены шапка газеты и выходные данные. Цвета на сайте нейтральные. Фон сайта белый и светло-голубой, новости написаны черным цветом или белым, в зависимости от фона. Красным цветом на сайте выделены ближайшие муниципальные районы, где зарегистрированы другие газеты.

Мультимедийные технологии «Михайловский вестник» использует не в полной мере. Редакция публикует лишь фото и текст. За всё время работы с порталом газета опубликовала только одно видео.

Зачастую газета использует материалы других СМИ разного уровня. Однако, ссылки на первоисточник отсутствуют. Следовательно, можно сделать вывод, что издание гиперссылками не пользуется.

Несмотря на возможность оставить комментарий, поставить «лайк» и подписаться на рассылку, обратная связь не осуществляется. Например, публикацию «Полицейский Дед Мороз» посмотрели 1191 раз, понравилась этот материал одному пользователю, комментариев нет. Стоит отметить, что ни один текст на сайте не был прокомментирован.

Кроме собственного сайта «Михайловский вестник» имеет страницы в социальных сетях. В отличие от сайта и традиционной газеты эти площадки пополняются ежедневно и затрагивают социальные проблемы.

Так, например, в социальной сети «Одноклассники» редакция опубликовала жалобу одной из жительницы Михайловского района на очередь в пенсионном фонде. Ранее был выложен материал об отсутствии асфальта и освящения в тёмное время суток в с. Поярково. Михайловцы активно обсуждают проблемы в комментариях, ставят «лайки» и делятся информацией на своих страничках.

«Михайловский вестник» пытается себя реализовать и в социальной сети «Инстаграм». У страницы газеты 3650 подписчиков.

В «Инстаграм» газета публикует информацию о регионе, выходят материалы и на местную актуальную тематику, например, публикация «Родители школьников в Поярково хотели «потихоньку» провести выпускной в кафе», «Оружие и боеприпасы изъяли у жительницы села Дим», «В Поярково не вывозят мусор с контейнерных площадок» и др. Данные материалы были опубликованы только в этой социальной сети.

Стоит отметить, что публикации на местную тематику собирают большее количество «лайков» и комментариев. Обычно такие материалы набирают немного больше, чем 100 «сердец». Пользователи активно обсуждают новости, отстаивают свою точку зрения. Редакция, в свою очередь, на комментарии не отвечает.

Газета «Михайловский вестник» смогла привлечь подписчиков с помощью денежных призов. В шапке профиля издание пишет: «Пришли интересную новость – получи 100 рублей на телефон». Так, еженедельно стали публиковаться материалы с пометкой «от подписчика». Примером таких публикаций могут служить материалы «Жалоба от подписчицы: отчего жители Поярково часами стоят в очередях?», «Пешеходы в Поярково жалуются на отсутствие тротуаров», «В Поярково не вывозят мусор с контейнерных площадок».

Также редакция «Михайловского вестника» проводит фото-конкурсы, за которые пользователь может получить 1000 и 500 рублей. Соревнования проходят на определенную тематику, например, в конце 2019 года редакция провела конкурс на «Лучшую новогоднюю ёлку», в преддверии 8 марта соревнование называлось «Красотка», а последний проведенный конкурс «Собака-улыбака» был посвящён четвероногим друзьям.

Условия конкурсов просты: участник должен прислать фото редакции и ждать результата. Участвовать могут не более 50 человек. Победитель определяется голосованием в комментариях (обычно голосуют около 300 подписчиков). Пользователи активно принимают участие в таких соревнованиях (все 50 вакантных мест заняты), а болельщики голосуют за понравившуюся фотографию.

Таким образом, можно сделать вывод, что печатная версия издания «Михайловский вестник» востребована у жителей Михайловского района. Сайт газеты функционирует не в полной мере, публикации выходят редко, специальные материалы для сайта отсутствуют. Однако, «Михайловский вестник» активно ведёт свои страницы в социальных сетях, что показывает настрой редакции закрепиться на новых площадках и завоевать молодую аудиторию.

На сегодняшний день аудиторию газеты «Михайловский вестник», в основном, составляют жители Михайловского района пенсионного возраста. Для того, чтобы интернет-версия газеты стала востребованной, необходимо найти подход к новому молодому читателю.

Привлекая новую аудиторию, газета сможет быть уверенной, что останется востребованной еще несколько десятков лет. С приходом молодого читателя увеличится спрос на объявления, поздравления и рекламу. А, следовательно, возрастёт прибыль издания.

Интернет-версию газеты «Михайловский вестник» посещает малое количество пользователей. Однако найти выход из ситуации можно. Районное издание вполне сможет функционировать в Интернете, даже превратиться в хороший портал, следуя некоторым рекомендациям:

- Создать уникальный контент по интересам пользователей. Проведя анализ газет Амурской области, было выявлено, что особой популярностью пользуются материалы на местную тематику. Это могут быть рассказы о выдающихся жителях Михайловского района, информация о социальных выплатах в режиме изоляции, материалы о состоянии дорог, тротуаров, освещении и др.

Также редакции «Михайловского вестника» необходимо найти темы, интересующие молодое поколение. К примеру, ввести рубрику «Развлечения». В ней «Михайловский вестник» может дать совет как разнообразить будни и выходные дни, порекомендовать книгу или фильм, рассказать о предстоящих мероприятиях в районе, поделиться кулинарным рецептом. Такие публикации будут интересны не только молодому читателю, но и постоянной аудитории газеты.

- Расширить жанровое разнообразие. Портретные интервью, очерки, рекомендации, поздравления, некрологи помогут «Михайловскому вестнику» стать популярнее. Читателям газеты понравилось портретное интервью «Прорвёмся, опера» о молодом полицейском Максиме Воронове (эту публикацию посмотрело около 2000 пользователей), но больше подобных материалов газета не публиковала. Похожие публикации, в большей вероятности, будут также успешны. Портретное интервью можно брать у читателей, которые выиграли какие-либо конкурсы, добились определенных успехов в карьере или уехали жить за границу. Аудитории «Михайловского района» будет интересно прочитать о своих земляках.

Жанр рекомендации также будет оценён жителями Михайловского района. Опыт издания «Зейские огни» показывает, что данный жанр популярен у аудитории. Так, «Михайловский вестник» может дать рекомендации по уходу за рассадой или советы по получению социальных выплат.

Жанры поздравления и некрологи являются неотъемлемыми в практике районных газет. Такие материалы пользуются особой популярностью у газеты «Зейские огни» несколько десятков лет. «Михайловский вестник», также, может попробовать использовать этот опыт у себя на сайте.

- Осуществить полную реализацию мультимедиа. Газета «Михайловский вестник» использует в своих материалах только фото и текст. Можно предположить, что это связано с недостатком оборудования. Эту проблему легко решить с помощью личного телефона с камерой. Любительская съёмка станет ближе к посетителю сайта, чем профессиональная. Так, например, информационное агентство «АмурИнфо» часто публикуют любительскую видеосъёмку, присылаемую читателями портала. Такие материалы набирают несколько тысяч просмотров и охотно комментируются пользователями сайта.

- Использовать обратную связь в полной мере. Интернет-ресурсы расширяют интерактивный потенциал местных СМИ. «Михайловскому вестнику» необходимо найти подходящий вариант для функционирования обратной связи в интернет-пространстве. Это могут быть: гостевые книги, форумы, чаты,

народные новости, комментарии к материалам. Так, к примеру районная газета «Зейские вести сегодня» использует форум, на котором любой зарегистрированный пользователь может дать тему для обсуждения или задать вопрос.

- Повысить посещаемость сайта с помощью расположения на нём активной интеракции. Это может быть расписание автобусов, афиши, опросы и многое другое. Таким образом, содержание «Михайловского вестника» пополнится различными информационными базами данных, которые не потеряют своей актуальности так быстро, как журналистские материалы, а значит и не потребуют больших усилий со стороны редакции. Кроме того, этот контент создается не штатными сотрудниками, а в готовом виде поступает из социальных служб, коммерческих предприятий, муниципальных организаций. К примеру, на сайте районной газеты «Зейский вестник» («Зейские вести сегодня») создана рубрика «На всякий случай», где опубликованы расписания автобусов, важные контакты и телефонный справочник. Таким образом, редакция повысила посещаемость сайта.

- Устраивать различные конкурсы, викторины, эстафеты. «Михайловский вестник» активно проводит фотоконкурсы в социальной сети «Инстаграм», что делает страницу издания более популярной. Такие же соревнования можно внедрить и на сайт издания. Участников привлекут призы, а болельщики будут следить за развитием событий ежедневно, заходя на интернет-версию газеты. Такие мероприятия помогут не только обрести новую аудиторию, но и увеличить количество пользователей.

- Создать постоянную молодёжную страницу. У печатной версии издания «Михайловский вестник» есть непостоянная рубрика «Молодежная страница». В ней публикуются школьники, занимающиеся журналистикой или работающие в школьной стенгазете. На сайте аналогичная страница могла бы стать площадкой для публикации материалов не только для учащихся школ, но и молодых людей, которые живут или работают в районе. Такой контент «от первого лица» мог бы помочь в привлечении молодых читателей и их родителей.

- Ввести рубрику «Народный журналист», где обычный читатель сможет опубликовать текст, видео или фото. Привлечение жителей Михайловского района к газете сделает «районку» поистине народной.

- Продвигать сайт с помощью социальных сетей. Газета «Михайловский вестник» достаточно популярна в социальных сетях, поэтому опубликовав новый материал на сайте, можно оставить на него ссылку в «Инстаграм» или «Одноклассниках». Так поступают известные порталы федерального уровня, например, издание «Новая газета».

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что районное издание «Михайловский вестник» имеет потенциал в дальнейшем развитии как печатной, так и электронной версии. Однако редакции газеты необходимо разобраться в процессах и тенденциях, которые происходят в области СМИ на сегодняшний день. Если «Михайловский вестник» хочет сохранить своё издание как важный институт района, то уже сейчас нужно учиться использовать новые средства коммуникации со своей будущей аудиторией.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стабильность и востребованность – главные преимущества районных газет. Районная пресса предоставляет всестороннюю местную информацию, поддерживает связь с общественностью, формирует общественное мнение, выполняет роль проводника органов местной власти.

Проблемы, возникающие у районных газет, связаны, прежде всего, с недостаточностью финансирования, прекращением субсидирования почты России на доставку прессы, низкой оплатой труда сотрудников, сокращением количества рекламы в изданиях. Одним из выходов в создавшейся ситуации является параллельный переход печатных СМИ в интернет-пространство, создание сайтов газет.

Районные газеты функционируют в онлайн пространстве в нескольких формах: заводят страницу в социальных сетях, выпускают новости на сайте учредителя (администрации района), имеют собственный сайт, публикуют информацию на интернет-площадках (например, «Моя Округа. РФ»).

Однако, сайтам районных изданий не удаётся успешно функционировать. Газеты имеют трудности с опубликованием оперативной информации, адаптацией текстов для интернет-версии, частотой публикаций, количеством просмотров. Анализ сайтов районных газет Амурской области показал, что только два издания из восемнадцати полноценно работают в сети Интернет.

Газета Свободненского района «Зейские огни» превратила свой сайт в самостоятельный портал. Сайт не повторяет традиционную версию издания, а является отдельной площадкой для публикации материалов.

Информация на сайт поступает оперативно. Количество просмотров достигает 3000. Обратная связь осуществляется с помощью комментариев (почти каждая публикация сопровождается комментариями). Интернет-возможности используются в полной мере.

Газета Зейского района «Зейские вести сегодня» также успешно функционирует в сети Интернет. Сайт работает на постоянной основе. Частота публи-

каций 3 раза в неделю. Просмотры колеблются в пределах 300. Налажена обратная связь (комментарии, форум, письма читателей), введены познавательные рубрики («О нас», «На всякий случай»), жанры материалов на сайте разнообразны (заметки, интервью, рекомендации, очерки, письма).

Всё же, мониторинг интернет-версий районных газет Амурской области позволяет утверждать, что большее число интернет-версий газет функционируют не в полной мере. Типичной можно назвать ситуацию с газетой Михайловского района «Михайловский вестник».

Интернет-версия газеты «Михайловский вестник» публикует материалы только из печатной версии, тематика публикаций не удовлетворяет потребности аудитории, жанровое разнообразие отсутствует, весь спектр возможностей онлайн-СМИ не используется. Публикации выходят редко, частотой 3-7 материалов в месяц.

Итак, изучив специфику печатных и электронных версий районных газет, проведя обзор районных изданий Амурской области, проанализировав традиционную версию и онлайн-версию издания «Михайловский вестник», можно дать следующие рекомендации по улучшению функционирования районных изданий в онлайн-пространстве:

- создать уникальный контент по интересам пользователей;
- расширить жанровое разнообразие;
- осуществить полную реализацию мультимедиа;
- использовать обратную связь в полной мере;
- повысить посещаемость сайта с помощью расположения на нём активной интеракции;
- устраивать различные конкурсы, викторины, эстафеты;
- создать постоянную молодёжную страницу;
- ввести рубрику «Народный журналист»;
- продвигать сайт с помощью социальных сетей.

Изучение функционирования районных СМИ в сети Интернет выявило важные тенденции, которые помогут развитию районных изданий в сети Интернет не только в Амурской области, но и в других регионах страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Ананян, Н. В. Региональные СМИ и освещение деятельности местных органов власти / Н. В. Ананян // Коммуникация в современном мире : сб. материалов научно-практической конференции / Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики. – Воронеж, 2006. – С. 49-50.

2 Антипина, З. С. Информационно-коммуникативная роль районных газет в социальных сетях (на примере печати пермского края) / З. С. Антипина // Вестник Пермского Университета. – 2018. – № 4. – С. 5-12.

3 Антонова, В. И. Региональная пресса в системе российской журналистики: типология и жанрообразование / В. И. Антонова. – Саранск : Изд-во Мордовского ун-та, 2006. – 157 с.

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

5 Бакулев, Г. П. Массовые коммуникации. Западные теории и концепции. / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 176 с.

6 Беленко, В. Е. Герои и персонажи районной газеты: дискурсивные практики репрезентирования / В. Е. Беленко // Журналистский ежегодник. – 2015. – № 4. – С. 24-29.

7 Власова, Е. Г. Районные газеты и социальные сети: жанровые аспекты взаимодействия (на материале сми пермского края) / Е. Г. Власова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 3 (25). – С. 120-126.

8 Воронова, О. А. Портрет современной районной газеты / О. А. Воронова // Вест. моск. ун-та. – 2011. – №2. – С. 75-92

9 Засурский, Я. Н. Закономерности и тенденции развития журналистики в переходный период / Я. Н. Засурский // Журналистика в переходный период: проблемы и перспективы: сб. материалов научно-практической конференции. – М., 1998. – 15 с.

10 Калмыков, А. А. Интернет-Журналистика. / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : Изд-во ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 384 с.

11 Кедяркин, С. Н. Проблемы тематического и жанрово-стилевого своеобразия современной районной прессы (региональный аспект) / С. Н. Кедяркин, Л.С. Макарова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2011. – №1 (7). – С. 61-68.

12 Кислая, Л. Н. Интернет-ресурсы как фактор привлечения молодежной аудитории (на примере районных газет новосибирской области) / Л. Н. Кислая // Журналистский ежегодник. – 2012. – №1. – С. 45-47.

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

14 Кислая, Л. Н. Специфика сайтов районных изданий (на примере сайтов газет новосибирской области) // Вестник НГУ. – 2013. – № 6 : Сер: История, филология. С. – 67-72.

15 Корнеева, М. Д. О функциональном предназначении современной районной прессы (на примере изданий Ставропольского края) / М. Д. Корнеева // Гуманитарные и юридические исследования. – 2014. – № 1. – С. 160-164.

16 Кузюткин, М. А. Специфика идейно-тематического и жанрово-стилевого многообразия современной районной публицистики республики Мордовия / М. А. Кузюткин, Н. М. Фролова // Огарёв-Online. – 2019. – №1 (122). – С.1-9.

17 Краснобаярова, А. С. Элементы визуализации в районной газете как средство отражения портрета целевой аудитории издания / А. С. Краснобаярова // Медиасреда. – 2019. – № 1. – С.51-57

18 Ливанова, М.В. Районная газета на информационном рынке: сегодня и завтра / М. В. Ливанова // Журналист. – 2006. – № 11. – С. 25-29.

19 Мальцев, Г. О бедной районке замолвите слово / Г. Мальцев // Журналист. – 2011. – №5. – С. 78-86.

20 Махнина, А. А. Новость на сайте районной газеты и в ее печатной версии Медиасреда // Медиасреда. – 2014. – № 9. – С. 34-40.

21 Медиапотребление сегодня: пять основных фактов : Сетевое издание WCIOM [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=507>. – 15.04.2020.

22 Мильчин, А. Э. Издательский словарь-справочник. / А. Э. Мильчин. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : ОЛМА-Пресс, 2003. – 472 с.

23 Никифорова, А. Кризис в СМИ: журналисты впервые за 20 лет могут оказаться на бирже труда [Электронный ресурс] / А. Никифорова. – Режим доступа : <https://www.ampravda.ru/2015/07/01/058493>. – 7.06.2020.

24 Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ. Документ опубликован не был. Доступ из справ.- правовой системы «Гарант». – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571. – 20.05.2020.

25 Официальные сетевые ресурсы Президента России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kremlin.ru/events/president/news/19567>. – 15.05.2020.

26 Пьянзина, И. В. Районная газета в информационном пространстве региона: типологические ориентации / И. В. Пьянзина // Региональная журналистика: от истории к современности. – 2014. – № 1. – С. 127-130.

27 Радионцева, Е. С. Электронная версия районной газеты: типологические особенности / Е. С. Радионцева // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2012. – № 2. – С. 17-22.

28 Распопина, И. А. Российская интернет-журналистика: история становления и характеристика современного состояния / И. А. Распопина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – №2. – С.208-214.

29 Свитич, Л. Г. Коммуникативные процессы и экономика редакций по результатам опроса журналистов в улусных (районных) газетах РС (я) / Л. Г.

Свитич, О. В. Смирнова, О. Г. Сидоров // Вестник СВФУ. – 2016. – № 1(51). – С. 119-132.

30 Симкачёва, М. В. Социальная проблематика районных газет республики Татарстан / М. В. Симкачёва, А. И. Шакиров // Ученые записки Казанского университета. – 2016. – № 158. – С. 1038-1048.

31 Скоробогатко, В. В. Графическая формула прессы / В. В. Скоробогатко. – М. : Союз изд. и распространителей печат. Продукции, 2012. – 381 с.

32 Требушевская, Н. «Соучредители газеты «БАМ» пошли на беспрецедентный шаг: приостановили выпуск газеты [Электронный ресурс] / Н. Требушевская. – Режим доступа : <http://gazeta-bam.ru/news/media/2019/6/18/souchrediteli-gazetyi-bam-poshli-na-bespretsedentnyij-shag-priostanovili-vyipusk-gazetyi>. – 05.05.2020.

33 Тулупов, В. В. Региональная журналистика: сегодня и завтра / В. В. Тулупов // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – № 2 (4). – С. 78-92.

34 Хамидуллина, П. Н. «Портрет» человека в районной прессе (на примере газеты «Нива») / П. Н. Хамидуллина // Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур : сб. трудов конференции / Хакасский гос. ун-т им. Н. Ф. Катанова. – Абакан, 2016. – С. 212–216.

35 Мoyaokруга.ru: интернет-сайт для районных изданий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://moyaokrug.ru/selnovosti/Section.aspx?Id=2>. – 15.05.2020.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Интервью с главным редактором газеты «Михайловский вестник»

Сегодня районные издания активно штурмуют интернет. Но часто из-за нехватки специалистов «районки» прибегают к использованию интернет - площадок. «Михайловский вестник» одна из первых зашла на платформу «Моя Округа. РФ». Какие минусы и плюсы сотрудничества мы узнали у главного редактора Ирины Геннадьевны Шариповой.

– Ирина Геннадьевна, почему вы перешли на платформу «Моя. Округа. РФ»?

– Вести свой сайт без специалиста было трудно, поэтому немного поразмыслив, мы заключили договор с «Моя Округа. РФ».

– Как вы узнали о платформе?

– В 2016 году я посетила медиафорум в Благовещенске, на нём московские журналисты впервые поделились с нами информацией о таких площадках, их было несколько, но больше мне приглянулась «Моя. Округа. РФ».

– Какие плюсы вы можете отметить?

– Прежде всего, это то, что теперь я размещаю не одно фото, а десятки. На портале возможна публикация до 60 фотографий. Тогда как в печатном варианте я могу поместить максимум 3 на один материал. А также есть возможность посмотреть, как работают другие районные издания в различных регионах России и перенять у них опыт.

– А минусы?

– Минус я вижу в том, что есть ограничения по символам.

– Почему так редко выходят материалы?

– Дело в том, что сейчас я работаю одна. У меня нет корреспондента, а, следовательно, не хватает времени на переработку информации для интернет-версии.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

– Вы говорите, что материалы перерабатываются. А пишутся ли специально?

– Да, материалы также создаются специально.

– Спасибо за ответы, желаю процветания вашей газете и её интернет-аналогу.

Полина Пасько

