



УДК 070(470.344)

К вопросу о гибридизации прессы Чувашии: тенденции и перспективы

Л. А. Васильева, А. Д. Гаврилов

Васильева Людмила Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры литературного редактирования и стилистики, Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, Чебоксары, milavas71@mail.ru

Гаврилов Артем Дмитриевич, редактор отдела контента ООО «Аплэб», Чебоксары, artmaster28@rambler.ru

В работе рассматривается трансформация системы печатных средств массовой информации Чувашии в цифровую эпоху, дается характеристика гибридизации районной, городской и республиканской прессы. Авторы определяют специфику взаимодействия изданий с новыми медиа и подчеркивают необходимость оптимизации журналистского труда с учетом новых технологических возможностей.

Ключевые слова: трансформация масс-медиа, цифровая эпоха, мультимедийная журналистика, дигитализация, конвергенция, Чувашия.

To the Question of Chuvash Press Hybridization: Trends and Prospects

L. A. Vasilyeva, A. D. Gavrilov

Lyudmila A. Vasilyeva, <https://orcid.org/0000-0003-3150-8715>, Chuvash State University, 15 Moskovskiy Prospect, Cheboksary 428000, Russia, milavas71@mail.ru

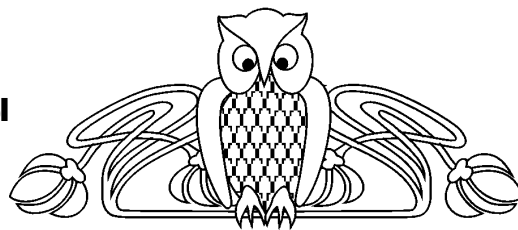
Artem D. Gavrilov, <https://orcid.org/0000-0001-6031-2725>, Uplab Digital Agency, 6 Nizhegorodskaya Str., Cheboksary 428018, Russia, artmaster28@rambler.ru

The article considers how the system of Chuvash printed mass media transforms in the digital era; the authors characterize the hybridization of the district, municipal and republican press. The authors identify the special character of the issues' interaction with the new media and emphasize the necessity of optimizing the journalists' work with the help of new technological opportunities.

Keywords: mass media transformation, digital era, multi-media journalism, digitalization, convergence, Chuvashia.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-1-120-123>

Последние два десятилетия для средств массовой информации стали переломными. Динамичное развитие Интернета и быстрое освоение массовой аудиторией цифровых технологий привели к тому, что стандартные принципы работы редакции оказались малоэффективными. Газета, журнал, радиопередача, телепрограмма и другие виды традиционных СМИ в своем привычном виде не смогли выдержать конкуренцию продукта мультимедийной журналистики¹.



Ввиду укоренившейся привязанности человека к различным устройствам с онлайн-доступом медиаменеджеры и журналисты были вынуждены пересмотреть прежние способы реализации своих профессиональных прав и обязанностей. Чтобы удержать старых подписчиков и привлечь новых, прессе пришлось начать осваивать цифровую среду.

В процессе дигитализации (цифровизации) многие издания стремятся стать полноценным конвергентным медиаресурсом – мультиканальным СМИ с разнообразным уникальным контентом. Это приводит к гибридизации. Пресса расширяет свой материальный облик и перестает восприниматься только в печатном виде. Известный медиаисследователь Елена Вартанова отмечает размах гибридизации в СМИ и рассматривает ее в том числе как «создание новых жизнеспособных медиапродуктов, объединяющих традиционные и новые медиа»².

Современные газеты – издания-гибриды. Они открывают свои сайты, запускают сторителлинг-специальные проекты, создают приложения для смартфонов, заводят официальные аккаунты в социальных сетях. Самые успешные работают так, что в рамках одной редакционной политики на всех своих медиаплощадках размещают разнообразный контент, который дополняет друг друга, а не дублирует. К примеру, конкретная новость в печатной версии может выйти в качестве заметки, на сайте – сопровождаться видеофрагментом описываемых событий, в социальных сетях предстать в виде инфографики и т. д. Такие разноформатные публикации широко освещают инфоповоды и глубоко раскрывают темы. Читатели становятся наблюдателями одной большой захватывающей истории.

Качественная гибридность с «цифрой» способствует повышению узнаваемости издания и обеспечивает его вовлеченной аудиторией и, как следствие, постоянным рекламодателем. Однако быть конкурентоспособным в Интернете непросто. Наряду с регулярными финансовыми вложениями, мультимедийные продукты требуют командной работы инициативных и креативных специалистов со знаниями и навыками в digital. Эти и другие факторы объясняют благополучие крупных федеральных и коммерческих СМИ, а главным образом – кризис медиаотрасли в регионах.

Наглядный пример – гибридизация прессы Чувашии. По официальным данным Управления Роскомнадзора по Чувашской Республике, «по



состоянию на 10.07.2017 г. на территории ЧР зарегистрировано 142 средства массовой информации: из них 108 – периодических печатных изданий (79 газет, 25 журнала, 2 бюллетеня, 1 сборник, 1 каталог), 32 – электронных СМИ (2 радио-программы, 12 телеканалов, 18 радиоканалов), а также 2 информационных агентства³. Печатные СМИ Чувашии вошли в процесс цифровизации в 2005–2006 гг., и постепенная их трансформация осуществляется на протяжении последнего десятилетия⁴. Однако по сей день многие из них выходят только на «бумаге» и никак не представлены в Интернете. В большей степени этот тезис относится к изданиям локальным – небольших городов и районов Чувашии.

Особенности проникновения конвергенции в региональную печать на русском и чувашском языках выступают одной из центральных тем исследования преподавателей кафедры журналистики Чувашского государственного университета им. И. Н. Ульянова⁵. Вместе с тем некоторые важные аспекты этой проблемы по-прежнему не изучены. Авторы данной статьи предпринимают попытку комплексного анализа интеграции традиционных печатных СМИ с новыми медиа и фокусируются на характеристике процесса гибридизации прессы Чувашии.

Июнь 2006 г. – исторический момент – начало выхода большинства печатных изданий Чувашии в Интернет. Именно тогда власти региона запустили интернет-портал «СМИ Чувашии» – веб-ресурс с сетью сайтов городских, районных и республиканских газет на русском и чувашском языках. Здесь размещались отобранные журналистские материалы из печатных версий. Жители республики в режиме реального времени теперь могли знакомиться с полной информационной повесткой своего региона. Однако портал обновлялся нерегулярно и широкую известность не получил, но, несмотря на это, стал отправной точкой цифровизации прессы. Важно отметить, что в то время в городах Чувашии доступ к Сети имели далеко не все, а в районах и деревнях его не было вовсе.

Ныне сайт «СМИ Чувашии» не функционирует, его изначальный замысел реализуется на базе портала органов власти Чувашской Республики – sar.ru. Интернет-страницы чувашских газет созданы по единому образцу, похожи на типовые сайты министерств и ведомств: на главной странице – текстовые и фотоматериалы с печатной версии, объявления, актуальные новости, продублированные с других источников. Такие сетевые ресурсы нельзя назвать полномасштабными сайтами печатных СМИ, поскольку они лишены индивидуальности – не имеют уникальной структуры, особой подачи контента и взаимодействия с аудиторией – тех компонентов, которые отвечают за восприятие бренда издания.

Группа российских ученых-медиаисториков в своем исследовании, посвященном содержа-

тельному анализу этнических СМИ регионов, подчеркивает, что «в Чувашии республиканские и районные СМИ активно развивают собственные сайты, осваивают социальные сети. Соглашения о сотрудничестве с сервисом “Яндекс.Новости” в настоящее время заключили не только русскоязычные газеты “Советская Чувашия”, “Трани”, “Чебоксарские новости”, а также 18 районных газет, многие из которых издаются на чувашском языке»⁶.

Впрочем, из всех районных газет Чувашии наиболее привлекательны сайты изданий Моргаушского, Ядринского, Шумерлинского и Чебоксарского районов. Они информативны и узнаваемы – содержат фирменные логотипы, ранжированную по тематикам ленту новостей, разделы с рубриками, фото- и видеогалереи, архив материалов, а также контакты сотрудников, данные о подписке на печатные выпуски и раздел для заявок и приема писем от читателей.

Практически все «районки» ведут группы/сообщества во «ВКонтакте», где размещают выдержки из печатных публикаций со ссылками на полноформатные материалы, анонсируют мероприятия, а также отвечают на вопросы пользователей, получают от них предложения по освещению интересных событий. В среднем аудитория подписчиков районных изданий Чувашии в социальных сетях варьируется в пределах 500–2000 человек.

Типологическая система и ниша Издательского дома «Хыпар» (Вести), который с 1906 г. выпускает главное республиканское издание на национальном языке с одноименным названием, представлена 12 газетами и журналами для людей разных возрастов и интересов. Цифровую среду медиаконгломерат осваивает неспешно. По техническим возможностям сайт «Хыпар» уступает многим современным веб-ресурсам, требует переверстки основных страниц, нового дизайна интерфейса, разнообразия в наполнении. Сейчас здесь можно прочитать статьи на чувашском языке с печатной версии выпусков и изучить архив материалов.

Из всех редакций Издательского дома «Хыпар» с социальными сетями наиболее успешно взаимодействует коллектив журналистов «Самра́ксен ха́сачё» («Молодежная газета»): проводит опросы и голосования, публикует контент развлекательного и познавательного толка (в том числе не связанный с материалами из печатной версии), а также устраивает конкурсы и розыгрыши призов. Потенциальная аудитория положительно реагирует на цифровой контент. Свидетельство тому – многочисленные лайки, репосты, комментарии. В официальном сообществе издания во «ВКонтакте» – 1200 участников, в «Одноклассники» – 250, в Instagram – 120.

Отпраздновавшая в апреле 2017 г. столетний юбилей ведущая республиканская общественно-политическая газета на русском языке «Советская



Чувашия» активно включилась в процесс конвергенции и тоже стала гибридной.

Выход в интернет-пространство «Советская Чувашия» осуществила в 2007 г., когда запустила свой официальный сайт для передачи новостей в режиме онлайн⁷. В течение 10 лет издание уделяло пристальное внимание своему позиционированию в Интернете: продвигало аккаунты в социальных сетях, совместно с региональным представителем ВГТРК работало над спецпроектом по выпуску телеверсии газеты, старательно модернизировало структуру сайта и в 2017 г. представило его обновленный вариант. Адаптивная верстка, кликабельные баннеры, качественные фото, видео, инфографика и другой мультимедийной контент – digital-характеристики, которыми сегодня выделяется «Советская Чувашия».

Во «ВКонтакте», Facebook и Instagram контент регулярно пополняется фотографиями и видео, короткими, но емкими заметками; журналисты выходят в прямые эфиры и общаются с читателями в чатах. Число постоянных подписчиков в каждом из социальных медиа превышает 1000 человек.

В начале 2018 г. газета удивила своих читателей и все региональное медиасообщество. «Советская Чувашия» первой в республике внедрила на своих страницах эффект дополненной реальности. На некоторых публикациях в номере – фотографии с особым значком. С помощью смартфона и специального приложения ARGIN он позволяет посмотреть видео с места описываемых в материале событий, телерепортаж местного телеканала и другой соответствующий тематике фотоконтент. Подобные формы гибридизации расширяют границы технологического развития масс-медиа.

Менее инновационного и более стандартизированного подхода к цифровизации придерживаются городские газеты «Чебоксарские новости» (г. Чебоксары) и «Грани» (г. Новочебоксарск). Обе профессионально ведут сайты, продумывают юзабилити и регулярно совершенствуют систему навигации. Однако в социальных сетях присутствие еще только налаживают, ищут наименее затратные по ресурсам способы организации контента и коммуникации с потребителем информации.

На сегодняшний день примером успешной гибридизации прессы Чувашии с Интернетом является городская рекламно-информационная газета «PRO город Чебоксары», региональный представитель федерального холдинга. Издание таблоидного типа известно своей скандальной повесткой, освещением «бытовой» стороны жизни столицы республики. Несмотря на это, оно относится к лидерам по получению предложений от местных рекламодателей и к самым читаемым медиаресурсам региона. Об этом свидетельствует тираж печатной версии (140 000 экз.), а также охват аудитории в социальных сетях (во «ВКонтакте» – 254 800 подписчиков, в Instagram – 16 000, Youtube – 6800, в «Одноклассники» –

5000, в Twitter – 3500 и в Facebook – 1000). По данным на 2015 г., «в будние дни посещаемость сайта – от 28 000 до 51 000 уникальных посетителей (20 000 просмотров), в выходные дни – от 60 000 до 80 000 уникальных посетителей (50 000 просмотров)»⁸. За этими показателями – кропотливая, но оперативная работа молодых журналистов, которые используют в своей профессиональной деятельности digital-инструменты и другие возможности Интернета для тесной взаимосвязи и сотрудничества с читателями. Отметим, что газета одной из первых стала публиковать пользовательский контент, чем вызвала к себе массовый интерес.

Чебоксарский офис «PRO город» начал работать по принципу ньюсрума (конвергентной редакции) еще в апреле 2012 г. Сотрудники газеты пользуются системой управления сайтом Pro CMS 1.2, которая помогает точно определять интересы читателей, изучать статистику их посещения конкретных разделов портала за любой период и многое другое. Финансовая стабильность и четкое понимание медиапредпочтений своей целевой аудитории позволяют коллективу издания работать в направлении, которое приводит к нужным результатам.

В целом печатные СМИ Чувашии в интернет-пространстве развиваются методом проб и ошибок. Издания создают свои сайты и аккаунты в социальных сетях, где в основном размещают неуникальный, заимствованный с печатной версии контент. Большинство из них не отслеживает статистику посещений, не изучает читательские интересы и поведение пользователей. Разумеется, такое цифровое присутствие не приносит должного эффекта – не увеличивает аудиторию и не привлекает рекламодателя.

Гибридизация должна быть осознанной, осуществляться в рамках продуманных контент- и маркетинговой стратегий. Гнаться за количеством медиаплатформ – бесперспективное решение. Небольшим газетам достаточно определиться с одной из них и уже в ней постараться наладить коммуникацию с пользователями. У журналистов традиционных СМИ часто возникают сложности с пониманием современного медиарынка, поэтому им необходимо повышать свои компетенции – обращаться за помощью к более опытным коллегам, участвовать в вебинарах и хакатонах от профессионального сообщества.

Региональная пресса, как печатные издания Чувашии, зачастую испытывает дефицит человеческих, технических и финансовых ресурсов. Однако информационная прозрачность и доступность Интернета позволяют всем наравне производить увлекательный мультимедийный контент: разножанровые материалы, подкасты, видеотрансляции, инфографику, тесты-игру и т. д. Чтобы работать конвергентно, необязательно использовать дорогостоящее оборудование или нанимать специальных людей. Обработать



фотографии, монтировать видео, создавать инфографику, записывать аудио можно с помощью обычного смартфона.

Если локальные газеты подойдут к процессу дигитализации более ответственно, как это сегодня уже делают «Советская Чувашия» и «PRO город Чебоксары», примут правила цифровой эпохи и освоят базовые навыки продвижения веб-ресурса (контент-маркетинг, SEO, SMM), тогда печать, хоть и в новом гибридном виде, но вернет свой былой авторитет и снова станет главным источником информации для людей.

Примечания

- ¹ См.: Васильева Л., Гаврилов А. Особенности интеграции теле- и радиоканалов Чувашской Республики с социальными сетями // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2016. Т. 16, вып. 4. С. 464–468. DOI: 10.18500/1817-7115-2016-16-4-464-468
- ² Вартанова Е. Гибридизация прессы : объединяя традиции и инновации // МедиаАльманах. 2016. № 5. С. 9.
- ³ Управление Роскомнадзора по Чувашской Республике.

URL: <https://21.rkn.gov.ru/news/news130016.htm> (дата обращения: 04.03.2018).

- ⁴ См.: Гаврилов А. Цифровизация русскоязычной печати Чувашии (на примере изданий «Советская Чувашия» и «PRO город Чебоксары») // Мультимедийная журналистика Евразии-2015 : медиатизация социально-культурного пространства и медиакратия в условиях новой медиареальности Востока и Запада : сб. материалов и науч. ст. IX Междунар. науч.-практ. конф (Казань, 10–11 декабря 2015 г.) / науч. ред. Е. С. Дорошук. Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2016. С. 331.
- ⁵ См.: Данилов А. А., Данилов А. П. История развития техники и технологии современных печатных СМИ Чувашской Республики : тренды, оценки, перспективы // Вестн. Чуваш. ун-та. 2017. № 1. С. 65–70.
- ⁶ Гладкова А., Лазутова Н., Тихонова О., Черевко Т., Данилов А. А., Данилов А. П., Батришина Д. Этнические СМИ России : содержательный анализ (на примере СМИ республик Татарстан и Чувашия) // Медиаскоп. 2018. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2411> (дата обращения: 01.03.2018).
- ⁷ См.: Гаврилов А. Указ. соч. С. 332.
- ⁸ Там же. С. 334.

Образец для цитирования:

Васильева Л. А., Гаврилов А. Д. К вопросу о гибридизации прессы Чувашии: тенденции и перспективы // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2019. Т. 19, вып. 1. С. 120–123. DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-1-120-123>

Cite this article as:

Vasilyeva L. A., Gavrillov A. D. To the Question of Chuvash Press Hybridization: Trends and Prospects. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philology. Journalism*, 2019, vol. 19, iss. 1, pp. 120–123 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-1-120-123>