

УДК 070:004(470.344)

DOI 10.37972/chgpu.2021.110.1.002

Л. А. Васильева, Г. В. Хораськина, О. Р. Студенцов

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ ЧУВАШИИ В УСЛОВИЯХ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ

*Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова,
г. Чебоксары, Россия*

Аннотация. В статье рассмотрены особенности медиаконвергенции печатных изданий Чувашии на примере газет «Советская Чувашия», «Хыпар», «PRO Город». В век новых информационных технологий инструменты для визуализации информации становятся доступными для всех типов СМИ. Использование конвергентных механизмов, в том числе аудио-, видеоконтента, в печатных изданиях направлено на освещение событий информационного характера. Именно сайты региональных газет стали искать новые формы предоставления информации своим читателям и ее распространения: видео- и аудиоконтент, инфографика, мобильные версии. Благодаря цифровизации сегодня на газетных сайтах размещены анонсы свежих номеров и архивные материалы, они доступны на любом портативном устройстве, подключенном к сети Интернет. Мультимедийные элементы в газете призваны привлекать внимание аудитории, воздействовать на читателя и удерживать его внимание, разнообразить веб-ресурс, улучшать воспринимаемость информации.

Анализ медиаконвергенции ведущих печатных изданий Чувашской Республики показывает, что все они находятся в начале процесса поиска своих путей и форм развития.

Ключевые слова: *цифровизация, мультимедиа, печатные издания, конвергенция, медиаконтент, региональные издания.*

L. A. Vasilyeva, G. V. Khoraskina, O. R. Studentsov

REGIONAL PUBLICATIONS OF CHUVASHIA IN THE CONTEXT OF MEDIA CONVERGENCE

I. Ulyanov Chuvash State University, Cheboksary, Russia

Abstract. The article considers the features of the media convergence of regional publications of Chuvashia on the example of printed publications of “Sovetskaya Chuvashia”, “Khypar” and “PRO Gorod”. In the age of new information technologies, information visualization tools are becoming available for all types of mass media. The use of convergent mechanisms including audio and video content in printed publications is aimed at covering events of an informational nature. It was the sites of regional newspapers that began to look for new forms of providing and distributing information: video and audio content, infographics, and a mobile version to their readers. Due to digitalization, today newspaper websites contain announcements of recent issues and archival material, they are available on any portable device connected to the Internet. Multimedia elements in the newspaper are designed to attract the attention of the audience, influence and retain the reader, diversify the web resource, and improve the perception of information.

The analysis of the media convergence of the leading printed publications of the Chuvash Republic shows that all of them are at the beginning of the process of finding their own ways and forms of development.

Keywords: *digitalization, multimedia, printed publications, convergence, media content, regional publications.*

Введение. В актуальном медиaprостранстве наряду с современными компетенциями журналиста краткость, капсульность, универсальность, интерактивность, мультимедийность становятся ключевыми понятиями.

Рассмотрим российский опыт исследований в области медиаконвергенции, который находится на начальном этапе развития. Исследование Е. А. Барановой является первым в российской научно-учебной литературе по конвергентной журналистике [1]; А. Г. Качаева и С. А. Шомова анализируют современные понятия в этой области; особенности, тенденции, технологии и принципы работы журналистов в цифровом мультимедийном формате [9]. Отдельные теоретические и практические аспекты процесса медиаконвергенции становились объектом исследований следующих авторов: О. Е. Коханой [8], К. Н. Тимчак [11], М. В. Вигандт [5], Н. В. Грибачевой и Н. М. Глушковой [7], А. А. Грабельникова [6], А. А. Папура [10], А. А. Боргояковой [3], Е. А. Барановой, М. Р. Желтухиной, А. А. Шнайдер [2] и других.

Сегодня перед журналистами-газетчиками стоит задача не просто собрать, обработать и распространить информацию, но и использовать новые коммуникационные техники взаимодействия с аудиторией, компоновать медиаконтент интересно и для разных платформ. Для этой цели во многих федеральных изданиях создаются мультимедийные или интернет-отделы. Журналист, работающий в мультимедийной редакции, должен иметь основную специализацию и быть в ней профессионалом, владеть навыками составления различных медиатекстов, уметь работать с визуальной информацией, а главное – учиться новому, пробовать новые инструменты.

Цель исследования – рассмотреть особенности региональных печатных изданий в условиях медиаконвергенции.

Актуальность исследуемой проблемы. Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что особенности печатных изданий в условиях медиаконвергенции практически не изучены. Лишь некоторые аспекты данной проблемы (взаимодействие теле-, радиоканалов с социальными сетями, гибридизация прессы) затронуты в исследовании преподавателей кафедры журналистики ЧГУ имени И. Н. Ульянова [3], [4].

Материал и методы исследования. Материалом для исследования послужили видео- и аудиоконтент как одна из форм медиаконвергенции; сайты печатных изданий, мобильные версии газеты, а также разнообразный медиаконтент на страницах изданий. В ходе работы использованы описательный метод, контент-анализ, сравнение.

Результаты исследования и их обсуждение.

Официальный сайт газеты «Советская Чувашия». Главное общественно-политическое издание республики имеет более чем вековую историю (основана 10 апреля 1917 г.). Печатная версия газеты издается три раза в неделю, выходит на русском языке форматом D2 и тиражом от 13500 до 15500 (выпуск по четвергам с телепрограммой).

Официальный сайт издания первой из печатных СМИ Чувашии функционирует с 3 марта 2000 г. Редакцией осуществляется экспорт собственных новостей, а также новостей «СЧ»-ленты в «Яндекс-новости» и «Rambler-новости». За счет этого количество уникальных посетителей выросло в среднем до 3000. С 2006 г. газета ежегодно удостоивается Знака отличия «Золотой фонд прессы».

«Советская Чувашия» одна из первых стала осваивать визуальный контент. Сайт издания представляет собой самостоятельный веб-ресурс. Следует отметить, что видеоконтент в редакции создается собственными силами. В январе 2019 г. появился видеотдел «СЧ: Новости 2.0». Группа из трех студентов отделения журналистики ЧГУ имени И. Н. Ульянова пробовала привлекать лояльную аудиторию через создание видеоконтента. Видеоконтент в «Советской Чувашии» фиксирует событие, цель которого – записать ключевые мнения действующих лиц. Видео – лучшее подтверждение достоверности происходящего,

оно может передать всю атмосферу события. В отличие от телевизионного сюжета, видеосюжет в конвергентной редакции не должен включать информацию, носящую факкультативный характер [11]. Команда видеотдела «Советской Чувашии» придерживается современных приемов монтажа, в сюжетах использует прием режиссерской стойки (стендап), активно использует закадровый текст. Видеосюжеты еженедельно публикуются на Youtube, по два-четыре сюжета продолжительностью от трех до пяти минут в зависимости от тематики.

Аудитория у газеты разная: люди среднего и старшего возрастов читают печатную версию, а молодежь предпочитает визуальный формат: видеоблоги с малым количеством официоза, новости с интересной подачей. На сайте издания имеется специальный значок для видеопубликаций. Газета имеет аккаунты практически во всех популярных социальных сетях. Здесь можно поделиться мнениями, оставить комментарии. Редакция осваивает и пользовательский контент, когда читатели присылают на почту редакции видеоролики, которые при необходимости могут быть опубликованы.

В настоящее время на YouTube-канале газеты представлено около 200 сюжетов разного жанра (интервью, короткие видеоиллюстрации, репортажи, отчеты, опросы и др.). Каждый сюжет начинается с фирменной заставки «СЧ: Новости 2.0». Как правило, видеосюжеты содержат общие планы (картина места происшествия), «лайф» (картинка с живым звуком, ярко характеризующая происходящее в кадре), крупные планы лиц, деталей и синхрон эксперта или участника события. Видеосюжет сопровождается также и текстовым блоком. Видеоинтервью с экспертами, например, содержит в себе элементы мультискрипта – внизу видеопроигрывателя размещается название смыслового блока. В феврале 2021 г. состоялся пилотный выпуск подкаста в прямом эфире «Ну и Ж: разговоры за жизнь», где обсуждались вопросы вакцинации от коронавируса, санкции Евросоюза к России и выбор фильмов в 2021 г. Следующий выпуск подкаста в прямом эфире был посвящен Дню святого Валентина.

Сегодня использование идей конвергенции в печатном издании связано с необходимостью идти в ногу со временем. Это атрибут современного, продвинутого онлайн-ового СМИ. Мультимедийные элементы помогают привлечь внимание аудитории, разнообразить подачу новостей, а главное – улучшить воспринимаемость информации.

Интернет-портал «PRO Город». Самое крупное печатное издание в Чувашии – газета «PRO Город» рекламно-информационного формата, общим тиражом более 230 тысяч экземпляров. Сегодня «PRO Город» – это не только газета, но и новостной портал. Издание имеет 6 групп в социальной сети ВКонтакте, аккаунт на платформе Instagram и канал на видеохостинге YouTube. Создание медиаплатформы позволяет газете расширять свои границы и использовать новые каналы распространения информации.

Интернет-версия издания не является полной и точной копией газеты, представляет собой самостоятельный мультимедийный ресурс. Интернет-портал «PRO Город» дает возможность привлекать новую аудиторию и рекламодателей, распространять оперативные новости, размещать полные версии печатных материалов, дополненных большим количеством фотографий с добавлением видео. «PRO Город» активно использует мобильную платформу, которая является одним из главных инструментов повышения доходов, а также позволяет эффективно продвигать бренд.

Журналисты газеты «PRO Город» экспериментируют и применяют различные формы: к текстовым материалам на сайте прикрепляют видеоконтент в виде небольших репортажей. Формат видео повышает доверие читателей, экономит время, помогает избежать недопонимания или искажения информации. На медиаплатформе проводятся онлайн-конференции с приглашением экспертов, которые отвечают на различные вопросы читателей в прямом эфире, записи публикуются в социальных сетях. Газетчики активно

пользуются жанром интервью, которое может проходить как в студии, так и в рабочей обстановке интервьюируемого. С целью выяснения мнения горожан о наболевших проблемах и путях их решений проводятся опросы на улице с использованием камеры.

Редакция газеты «PRO Город» активно привлекает пользовательский контент, у редакции есть свои народные корреспонденты и ньюсмейкеры. Для желающих сообщить о важном происшествии или новости есть специальная кнопка в соцсетях и на сайте, материал можно сопроводить фото или видео. За оперативное предоставление информации редакцией предусмотрено денежное вознаграждение, размер которого зависит от ценности и важности материала. Поступившие новости в обязательном порядке проходят проверку, уточняются детали, обрабатываются и публикуются в газете, на сайте и в соцсетях.

Самой многочисленной из 6 групп в социальной сети ВКонтакте является группа «Про Город Чебоксары | Новочебоксарск | Чувашия», которая насчитывает 323 тысячи подписчиков. В городском сообществе «Про Город | Новости Канаша» состоит 6,5 тысяч человек. За новостями города Алатыря следят 5,6 тысяч пользователей. И аудиторию городских сообществ Шумерли и Цивильска составляют 4,3 и 4,7 тысяч человек. Для повышения охвата новостей газета «PRO Город» активно использует формат историй в Instagram. Процесс создания и публикации материала проходит с использованием тех же инструментов, что и при работе с постами. В историях не публикуются подробности новостей, публикуется только их название и прикрепляется прямая ссылка на статью на сайте. В целом газета «PRO Город» в сравнении с другими изданиями Чувашской Республики наиболее полно отвечает идеям конвергенции периодической печати.

Официальный сайт газеты «Хыпар». С 1906 года на языке титульной нации выходит главное региональное издание «Хыпар» (Вести), которое недавно отметило свой 115-летний юбилей. В состав одноименного Издательского дома «Хыпар» в настоящее время вошли 7 редакций газет и 2 редакции журналов разной направленности. С января 2021 г. к ИД «Хыпар» по объективным причинам присоединились еще 2 районные газеты – Мариинско-Посадского и Красноармейского районов. На официальном сайте ИД представлены все 9 изданий. Здесь можно прочитать электронные версии только основных материалов на чувашском языке и ознакомиться с архивом. С января 2017 г. на своем YouTube-канале выкладывают видеоматериалы, подготовленные журналистами ГТРК «Чувашия», сами газетчики тоже пробуют снимать видеосюжеты. В 2020 году на сайте появился значок аудиогазеты; на данный момент читатели успели ознакомиться с 24 озвученными публикациями.

Наиболее читаемы и востребованы печатная и электронная версии газеты «Самрайксен хаҫаҫё» (Молодежная газета) тиражом 11381 экземпляров. Коллектив журналистов успешно работает в социальных сетях: проводит опросы и голосования, устраивает конкурсы и розыгрыши призов. На цифровой контент аудитория реагирует положительно. Свидетельство тому – многочисленные лайки, репосты, комментарии. В официальном сообществе издания в социальной сети «ВКонтакте» – 2564 участников, в «Одноклассниках» – 328, в Instagramе – 120.

Следует отметить, что цифровую среду национальный издательский дом осваивает не столь динамично. По техническим возможностям и другим причинам сайт «Хыпар» уступает многим современным веб-ресурсам, требует переверстки основных страниц, нового дизайна интерфейса, разнообразия в наполнении контента.

Выводы. Издание «Советская Чувашия» лидирует среди региональных изданий по созданию собственного видеоконтента. Редакцией газеты «Советская Чувашия» основной акцент делается на ежедневную наполняемость веб-ресурса, работу с социальными сетями и создание собственного видеоконтента. Медиаконвергенция в «Советской Чувашии» осуществляется посредством интеграции печатной и интернет-платформ,

мобильной версии газеты, добавлением на YouTube-канал различных информационных сюжетов. Мультимедийный контент «PRO Город» состоит из текстовых материалов, фото- и видеоматериалов. Социальные сети стали платформой для создания разнообразного медиаконтента СМИ республики.

В газетах республики идет поиск различных возможностей и путей развития печатных СМИ в условиях цифровизации. Пока сложно выделить какие-либо общие закономерности и перспективы развития в этом направлении, так как это явление новое, развивающееся, требует более детального исследования. Следует также учесть, что на развитие медиаконвергенции оказывают влияние многие объективные факторы (финансовые, экономические, производственно-технологические, кадровые и др.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учеб. пособие. – М. : Юрайт, 2014. – 269 с.
2. Баранова Е. А., Желтухина М. Р., Шнайдер А. А. Новая философия медиабизнеса в условиях конвергенции СМИ // Online journal of communication and media technologies. – Т. 10. – Вып. 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ojcmnt.net/download/new-media-business-philosophy-in-conditions-of-mass-media-convergence-8387.pdf>.
3. Боргоякова А. А. Конвергенция как процесс современной медиареальности: соотношение понятий “конвергентная журналистика”, “масс-медиа”, “медиареальность” // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. – 2019. – № 3(29). – С. 45–50.
4. Васильева Л. А., Гаврилов А. Д. К вопросу о гибридации прессы Чувашии: тенденции и перспективы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. – 2019. – Т. 19, № 1. – С. 120–123.
5. Вигандт М. В. Конвергентная журналистика в современную эпоху // Проблемы науки. – 2019. – № 7(43). – С. 64–67.
6. Грабельников А. А. Особенности конвергентной журналистики // Вестник Университета Российской академии образования. – 2013. – № 3. – С. 79–83.
7. Грибачева Н. В., Глушкова Н. М. Конвергентная журналистика и журналистика погружения: обзор стратегий (де)легитимации // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : сборник научных трудов. – Красноярск, 2019. – С. 44–54.
8. Коханая О. Е. Феномен конвергентной журналистики в медиакommunikационном пространстве // Социально-гуманитарные знания. – 2019. – № 8. – С. 63–75.
9. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / под ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
10. Папура А. А. Понятие и составляющие конвергентной журналистики // Вестник научных конференций. – 2017. – № 3-3(19). – С. 95–97.
11. Тимчак К. Н. Социальная реклама в интернете как проявление конвергентной журналистики // Социология. – 2019. – № 5. – С. 52–57.

Статья поступила в редакцию 18.02.2021

REFERENCES

1. Baranova E. A. Konvergentnaya zhurnalistika. Teoriya i praktika : ucheb. posobie. – M. : Yurajt, 2014. – 269 s.
2. Baranova E. A., Zheltuhina M. R., Shnajder A. A. Novaya filosofiya mediabiznesa v usloviyah konvergencii SMI // Online journal of communication and media technologies. – T. 10. – Vyp. 4 [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.ojcmnt.net/download/new-media-business-philosophy-in-conditions-of-mass-media-convergence-8387.pdf>.
3. Borgoyakova A. A. Konvergenciya kak process sovremennoj mediareal'nosti: sootnoshenie ponyatij “konvergentnaya zhurnalistika”, “mass-media”, “mediareal'nost” // Vestnik Hakasskogo gosudarstvennogo universiteta im. N. F. Katanova. – 2019. – № 3(29). – S. 45–50.
4. Vasil'eva L. A., Gavrilov A. D. K voprosu o gibridizacii pressy Chuvashii: tendencii i perspektivy // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika. – 2019. – T. 19, № 1. – S. 120–123.
5. Vigandt M. V. Konvergentnaya zhurnalistika v sovremennuyu epohu // Problemy nauki. – 2019. – № 7(43). – S. 64–67.

6. *Grabel'nikov A. A.* Osobennosti konvergentnoj zhurnalistiki // Vestnik Universiteta Rossijskoj akademii obrazovaniya. – 2013. – № 3. – S. 79–83.
7. *Gribacheva N. V., Glushkova N. M.* Konvergentnaya zhurnalistika i zhurnalistika pogruzheniya: obzor strategij (de)legitimacii // Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse : sbornik nauchnyh trudov. – Krasnoyarsk, 2019. – S. 44–54.
8. *Kohanaya O. E.* Fenomen konvergentnoj zhurnalistiki v mediakommunikacionnom prostranstve // Social'no-gumanitarnye znaniya. – 2019. – № 8. – S. 63–75.
9. Mul'timedijnaya zhurnalistika : uchebnik dlya vuzov / pod red. A. G. Kachkaevoj, S. A. Shomovoj. – M. : Izd. dom Vysshej shkoly ekonomiki, 2017. – 413 s.
10. *Papura A. A.* Ponyatie i sostavlyayushchie konvergentnoj zhurnalistiki // Vestnik nauchnyh konferencij. – 2017. – № 3-3(19). – S. 95–97.
11. *Timchak K. N.* Social'naya reklama v internete kak proyavlenie konvergentnoj zhurnalistiki // Sociologiya. – 2019. – № 5. – S. 52–57.

The article was contributed on February 18, 2021

Сведения об авторах

Васильева Людмила Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Чувашского государственного университета имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары, Россия; e-mail: milavas71@mail.ru

Хораськина Галина Витальевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Чувашского государственного университета имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары, Россия; e-mail: ahmer_hor@mail.ru

Студенцов Олег Ростиславович – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Чувашского государственного университета имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары, Россия; e-mail: studor2@yandex.ru

Author information

Vasilyeva, Lyudmila Aleksandrovna – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Journalism, I. Ulyanov Chuvash State University, Cheboksary, Russia; e-mail: milavas71@mail.ru

Khoraskina, Galina Vitalyevna – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Journalism, I. Ulyanov Chuvash State University, Cheboksary, Russia; e-mail: ahmer_hor@mail.ru

Studentsov, Oleg Rostislavovich – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Journalism, I. Ulyanov Chuvash State University, Cheboksary, Russia; e-mail: studor2@yandex.ru