

ИНТЕГРАЦИЯ СИБИРСКИХ РАЙОННЫХ ГАЗЕТ В ИНТЕРНЕТ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ

В. Е. Беленко

Новосибирский государственный университет

Поступила в редакцию 18 января 2023 г.

Аннотация: в статье рассматривается актуальное состояние интеграции 99-и газет муниципальных районов и округов Красноярского края, Омской и Новосибирской областей в интернет и социальные сети. В ходе исследования учитывался возраст сайтов газет, количество подписчиков в различных социальных медиа (ВКонтакте, «Одноклассники», Telegram, YouTube, Яндекс.Дзен), оптимизация сайтов под запуск на мобильных устройствах. В работе представлены результаты по наличию у сельских районов сайта, частота обновления информации на них, количество подписчиков в традиционных и сравнительно новых социальных медиа, приоритизация соцсетей (то есть ситуации, когда количество подписчиков различается в два и более раза). В целом результаты позволяют охарактеризовать, как районные газеты адаптировались к цифровой медиареальности.

Ключевые слова: районная газета, сельская районка, интеграция в соцсети, интеграция в интернет, сайт газеты, страница газеты в соцсети.

Abstract: the article describes the current state of Internet and social networks integration of 99 municipal districts newspapers of the Krasnoyarsk Krai, Omsk and Novosibirsk regions. The study took into account the age of newspaper websites, the number of subscribers in various social media (VKontakte, Odnoklassniki, Telegram, YouTube, Yandex.Dzen), website optimization for launch on mobile devices. The paper presents the results on the presence of a site in rural areas, the frequency of updating information on them, the number of subscribers in traditional and relatively new social media, the prioritization of social networks (the situations when the number of subscribers differs by two or more times). In general, the results make it possible to characterize how regional newspapers have adapted to the digital media reality.

Keywords: regional newspaper, rural district, integration into social networks, integration into the Internet, newspaper website, newspaper page in the social network.

Хотя времена, когда бумажная газета или журнал были неотъемлемой частью жизни человека, ушли в прошлое примерно три десятилетия назад, развитие интернет-технологий позволило некоторым сегментам «традиционной прессы» не только выжить, но и по-прежнему оставаться востребованными у своей аудитории. Самыми стабильными в этом плане оказались сельские районные газеты. Более того, опрос ВЦИОМ начала 2022 г. показал, что и «печатные версии» чувствуют себя довольно неплохо: если граждане старше 60 лет читают газеты и журналы в два раза чаще, чем россияне в целом (26%), то так называемая районка занимает первое место в рейтинге их предпочтений, ее читает каждый третий в этой группе (30%). При этом на селе и в небольших населенных пунктах с численностью населения до 100 тыс. человек показатель выше — 39–40% (<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pressa-kotoruju-ne-poterjali>). И это речь именно о «печатных экземплярах». Но ведь жизнь не стоит на месте, 80% населения страны пользуются интернетом, причем

из времени, проведенного в нем, 90% приходится на мобильные устройства (https://mediascope.net/upload/iblock/fd8/RIF_mediapotreblenie.pdf), что вполне распространено и в сельской России. Как же чувствуют себя районные газеты в этих условиях? Как адаптировались к цифровой реальности и различным медиаплатформам, на которых можно представлять свой контент и найти свою аудиторию?

Региональным и, в частности, районным СМИ в современных медиаисследованиях России уделяется недостаточно внимания. Масштаб явления остается большим, а авторов, которых оно интересует, сравнительно немного. Отметим статьи В. В. Тулупова [1, 2], В. Ф. Олешко [3]. В них на примере Воронежской области и Уральского федерального округа рассматриваются современные проблемы местной прессы (взаимоотношения СМИ и власти, СМИ и аудитории и др.), уточняются характеристики социальной журналистики, рассматриваются вызовы, которые необходимо преодолеть, чтобы существовать далее в условиях наступающей цифровизации. Большое исследование было проведено коллективом авторов МГУ (Л. Г. Свитич, О. В. Смирнова, О. В. Ширяева,

А. А. Шкондин). Анкетирование журналистов и руководителей редакций показало состояние газет средних и малых городов, их проблемы и перспективы глазами непосредственных их создателей [4]. Районными газетами Сибирского федерального округа много лет последовательно занималась Е. С. Радионцева из Омского госуниверситета. В 2009 г. она защитила диссертацию «Творческий потенциал современной районной газеты», но и в дальнейшем анализировала контент и интернет-представленность газет интересующих нас в данной статье регионов [5; 6; 7].

Чтобы ответить на обозначенные в начале статьи вопросы о том, как сибирские районки адаптировались к возможностям цифровизации, есть ли у них сайты, работают ли они с социальными медиа и т.п., мы проанализировали представленность в интернет-среде всех газет муниципальных районов (округов) Красноярского края, Омской и Новосибирской областей. Потенциальная аудитория таких СМИ довольно велика: 953 тыс. человек — примерное население районов Новосибирской области, 753 тыс. — Омской и 850 тыс. — Красноярского края (<https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13282>). В Красноярском крае газет муниципальных районов и округов — 37, в Омской области — 32, в Новосибирской — 30. Речь идет о газетах, учредителями которых выступают органы государственной власти. А других СМИ в районах областей почти и нет. Газеты городских округов было решено исключить из данного исследования, они станут объектом отдельной работы. Поэтому издания таких городов, как Бердск, Искитим, Обь (Новосибирская область), Сосновоборск, Лесосибирск, Минусинск, Канск, Енисейск, Дивногорск, Боготол, Шарыпово и Назарово, а также Норильск и Ачинск (Красноярский край) в обозначенную выше выборку не попали.

А ходе исследования мы анализировали сайты газет, в том числе с помощью стандартных сервисов по выявлению времени создания домена, их возраст, количество подписчиков в различных социальных медиа. Важной характеристикой работы в интернете для данного исследования явились данные сервиса rg-s.ru об оптимизации сайтов и их работе на десктопе и мобильных устройствах. Сервис измеряет скорость запуска сайта и анализирует этапы процесса загрузки: отрисовку контента, время реакции на первое действие пользователя, смещение макета из-за загрузки элементов. Чтобы выявить работу районных газет с социальными медиа, пришлось осуществлять поиск вручную, поскольку быстро выяснилось, что на сайтах газет ссылки на их страницы в социальных сетях, *Telegram*, *YouTube* или же Яндекс. Дзен имеются не всегда.

Для сравнения с ситуацией десятилетней давности, позволим себе привести результаты анализа [7, 57], проведенного в 2012 г. Десять лет назад в Омской области 44% районных газет имели элек-

тронные версии, в Красноярском крае — 39%, в Новосибирской области только 16%. Анализ 2014 г. [7, 58] показал, что ситуация стала лучше. Количество электронных версий районных газет в Новосибирской области выросло с 5 до 29. Ежедневно обновляли контент две из них, еженедельно — 8, ежемесячно — 4. Пять изданий обновляли ресурс по мере поступления информации, то есть от нескольких дней до недель. Правда, 10 изданий перестали обновлять контент в 2013 г. Количество электронных версий «районки» Красноярского края за два года выросло с 17 до 37 изданий, но реально работающих сайтов оказалось только 35. У двух газет было невозможно определить периодичность публикаций, ежедневно обновляли контент 4 газеты, 1 раз в неделю — 13, ежемесячно — 3. Семь из 35 изданий обновляли контент по мере поступления информации, 6 газет уже несколько месяцев не обновляли их вообще. Количество электронных версий районных газет Омской области за два года выросло с 14 до 21 издания, хотя 5 из них перестали обновлять свой контент в течение последних нескольких месяцев; ежедневные обновления встретились у 5 газет, еженедельные — у 9. Два ресурса обновляют контент по мере поступления информации в промежуток от нескольких дней до недель.

В 2023 г. (анализ проводился в январе) ситуация, конечно, принципиально поменялась. Не обнаружено сайтов только у 5 районных газет Омской области и у 1 — Новосибирской. Все сайты всех газет обновляются ежедневно.

Чтобы охарактеризовать явление более системно, напомним, что в Красноярском крае 37 газет муниципальных районов и округов, в Омской области — 32 газеты, в Новосибирской — 30. В среднем по Красноярскому краю тираж районных газет 3,6 тыс. экземпляров, по Омской области — 3 тыс., по Новосибирской — 3,8 тыс. Однако эти цифры можно считать несколько условными, т.к. тираж может варьироваться даже в течение одного года. Тем не менее часть читателей привыкла иметь дело с печатными версиями изданий, по-прежнему предпочитает держать их в руках, получать по подписке или в киосках. Сразу отметим, что в ходе анализа нам не встретилось ни одного районного издания, печатные номера которых можно было бы посмотреть в интернете: последние из выложенных печатных версий — это газеты Новосибирской области за 2013 г. Сложилась своеобразная традиция: анонсировать новый номер, выложить pdf с первой страницей, но не более того. То есть газеты окончательно разделили аудиторию на тех, кто получает ее контент в интернете, и предпочитающих печатный экземпляр, то есть оформляющих подписку или покупающих газету. Посмотрим далее, что представляют собой сайты газет.

Возраст подавляющего большинства существующих сайтов сельских районных газет Красноярского

края более десяти лет, причем до 2014 г. было создано 28 сайтов. В 2021 г. несколько сайтов, изначально созданных на платформе «Моя округа», переехали на самостоятельное домены. И теперь все газеты края представлены в интернете. Они создали сайты на платформе *newswave*, специально разработанной для сайтов «медиаизданий», в связи с чем разработчики указывают на свой опыт работы в журналистике и понимание потребностей этого вида клиентов.

Омские районные газеты выходили в интернет очень постепенно: по 1–3 каждый год, начиная с 2007 г. и вплоть до 2017 г. Больше всего — 6 сайтов — были созданы в 2011 г. Не удалось обнаружить сайтов у газет «Восход», «Горьковский вестник», «Усть-Ишимский вестник», «Черлакские вести» (Ниже-Омский, Горьковский, Усть-Ишимский и Черлакский районы соответственно). Сайты изданий Омской области очень архаичны, с устаревшим дизайном, отсутствием «воздуха». Можно выделить несколько макетов сайта, в зависимости от того, какая компания занималась их дизайном и проектированием. Если в Красноярском крае все сайты районки унифицированы, стилистически однородны, то здесь, кроме *newswave*, встречаются сайты, сделанные на *wordpress*, по несколько сайтов сделаны по своим макетам компаниями *SIDGroup*, «АйНова», *Laika*.

Несколько слов надо сказать про проект «Моя округа», на котором размещены две газеты Омской области (оконешниковская «За урожай» и знаменская «Вперед») и на которой до последнего времени было размещено несколько газет Красноярского края. «Моя округа.рф» — это открытая информационная система муниципальных образований, а также конструктор сайтов для районных газет. Размещение на ней своего издания бесплатное (создатели платформы получают возможность продавать некоторое количество рекламы в контенте сайта), но «доработка» сайта, его индивидуализация под задачи конкретного издания осуществляется уже на основании договора возмездного оказания услуг. В Красноярском крае «Емельяновские вести» и «Авангард» переехали с этой платформы на собственные сайты только в 2021 г.

Что касается районки Новосибирской области, то все газеты, кроме «Приобской правды» (Новосибирский район), имеют регулярно обновляющиеся, работающие сайты. Сейчас они функционируют на доменах, созданных осенью 2020-го года, за исключением «Чановских» (2009 г.) и «Черепановских вестей» (2015 г.), а также газеты «Наша жизнь» (Чановский, Черепановский и Карасукский районы). Большинство сайтов созданы по одному макету агентством интернет-маркетинга «Студия ЯЛ».

Начиная с 2018 г. поисковые системы переходят на модель *mobile-first*. Она знаменует собой фундаментальное изменение в том, как оценивается контент сайта и как проходит их индексация. Если

когда-то основной версией сайта считалась десктопная, а мобильная версия рассматривалась как «альтернативная», то теперь при поиске СМИ с мобильных устройств приоритет отдается сайтам, которые адаптируют процессы загрузки под мобильное медиапотребление.

Учитывая эту актуальную ситуацию, рассмотрим адаптацию сайтов под интернет и мобильные устройства. Из тех изданий, открытых данных по которым достаточно для аналитической системы, чтобы провести соответствующие расчеты по процессу загрузки (а таковых оказалось 12), в Красноярском крае почти все газеты хорошо адаптировали свои страницы к процессам загрузки с компьютеров. Исключение составляют «Сельская новь», «Заря» и «Манская жизнь» (Балахтинского, Пировского и Манского районов / округа соответственно). Все остальные отнесены аналитической системой к «зеленой», благополучной зоне. Чего не скажешь про адаптацию под мобильные устройства. 16 сайтов красноярских «районки» находятся в «желтой» (средней) зоне, 6 — в проблемной «красной». И только две газеты адаптируют свой сайт под медиапотребление с мобильных телефонов: это «Маяк севера» и «Вместе с вами» (Туруханский и Партизанский районы). Учитывая издания, по которым данным для проведения анализа оказалось в принципе слишком мало, чтоб было что анализировать, можно сказать, что адаптация под мобайл — это одна из проблем и зон ближайшего технологического развития.

В Омской области совсем немного изданий, открытые данные которых позволяют осуществить подобный анализ, а именно — 16. Из них в «зеленой» десктопной зоне — 7, в «красной» — 6. Причем последние имеют показатель ниже 10 баллов (из 100 возможных). С мобильными адаптациями дела обстоят еще хуже: все в порядке только у двух сайтов — «Сибиряк» и «Наша газета» (Калачинский и Шербакульский районы), в «желтой» зоне — «Целинник-НВ», «Таврические новости», «Сибирский труженик», «Наша искра», «За урожай» и «Знамя (Нововаршавский, Таврический, Седелниковский, Называевский, Оконешниковский, Исилькульский районы соответственно). У всех остальных адаптация под мобильные устройства не проводится.

Что касается анализа адаптированности процесса загрузки контента под десктопное и мобильное медиапотребление сайтов районных газет Новосибирской области, то анализ удалось провести по 28 из 32 газет. Десктопные адаптации у 18 сайтов находятся в благополучной «зеленой зоне», еще у 8 — в «желтой», и у 2 — в «красной» (это такие газеты, как «Новая жизнь» (Сузунский район) и «Черепановские вести»). С мобильными адаптациями дела обстоят несколько хуже: у 13 изданий такая адаптация ведется на хорошем уровне, 6 — среднем, у 9 — почти не ведется. Результаты, как видим, ощутимо лучше,

чем по районным газетам Красноярского края и Омской области.

Однако работа на сайте — один из возможных способов найти свою аудиторию в интернете. И зачастую районные издания с большим воодушевлением идут по другому пути — работы в соцсетях. Рассмотрим отдельно группы районных газет во ВКонтакте (далее — ВК) и «Одноклассниках» (далее — «О»), а потом сравним получившиеся данные.

Лидеры среди количества подписчиков ВК в Красноярском крае — «Емельяновские веси» — 9169 подписчиков, «Голос времени» — 8901, «Сибирский хлебороб» — 6547, «Ирбейская правда» — 6163 (Емельяновский, Рыбинский, Ужурский, Ирбейский районы соответственно). В Омской области — «Тарское Прииртышье» — 10 330, «Сельская новь» — 5844, «Наша иртышская правда» — 5838, «Знамя» — 5706, «Вперед» — 5030 (Тарский, Москаленский, Большереченский, Исилькульский, Знаменский). В Новосибирской — «Черепановские вести» — 8301, «Ордынская газета» — 4350, «Краснозерская новь» — 4107, «Наша жизнь» — 4395 (Карасукский район).

Те, чья работа ВК интересует наименьшее количество жителей районов, в Красноярском крае — «Знамя труда» — 94 подписчика, «Авангард» — 126, «Идринский вестник» — 393, «Эхо Турана» — 460, «Нива» — 678, «Вести» — 853, «Голос Тухтата» — 950 (Каратузский, Козульский, Идринский, Краснотуранский, Ермаковский, Большееулуйский районы и Тухтетский округ соответственно). В Омской области такие газеты — «Правда Севера» — 48, «Восход» — 100, «Нива» — 148, «Усть-Ишимский вестник» — 170, «Новый вымпел» — 176, «Заря» — 177 (Тевризский, Нижнеомский, Кормиловский, Усть-Ишимский, Колосовский, Полтавский районы). В Новосибирская область меньше тысячи подписчиков в ВК только у газеты «Сельская правда» (Доволенский район) — 759.

Менее тысячи подписчиков ВК в Омской области имеет 7 газет (выше, к своеобразным аутсайдерам конкретно по Омской области мы были вынуждены отнести те издания, у которых менее 200 подписчиков, в то время как в остальных изучаемых регионах число минимальных подписчиков было в целом заметно больше). От 1000 до 2500 подписчиков ВК в Красноярском крае имеет 11 газет, в Омской области — 12 газет, в Новосибирской — 13. От 2500 до 4000 подписчиков ВК в Красноярском крае имеет 7 газет, в Омской области — 1, в Новосибирской — 7. От 4000 до 6000 подписчиков ВК имеют группы 7 газет Красноярского края. В Омской и Новосибирской областях газеты, которые имеют ВК больше 4 тыс. подписчиков, были отнесены к группе изданий-лидеров и описаны выше.

Отдельно рассмотрим группы газет в такой социальной сети, как «Одноклассники». Здесь лидерами в Красноярском крае являются газеты «Сибирский хлебороб» — 9 тыс. участников группы и «Приго-

род» — 8,1 тыс. (Ужурский и Березовский районы). В Омской области — газеты «Знамя» — 12 тыс. участников, «Наша Иртышская правда» — 8,6 тыс., «Тарское Прииртышье» — 7,7 тыс. (Исилькульский, Большереченский и Тарский районы). В Новосибирской области — «Краснозерская новь» — 7,3 тыс., «Венгеровская газета» — 6,8 тыс., «Чулымская газета» — 6,3 тыс. участников группы газеты в «О».

Маленькое число подписчиков в этой соцсети в Красноярском крае у газет «Голос Тухтата» — 233, «Авангард» — 372, «Эхо Турана» — 635, «Вперед» — 597 (Ярский район), «Нива» — 700, «Вместе с вами» — 934. В Омской области — у газет «Восход» — 573. «Наша газета» (Шербакульский район) в «О» не представлена. В Новосибирской области нет газет, у которых в «О» было бы менее 1000 подписчиков (столько же у «Коченевские вести»).

От 1000 до 2500 участников группы у 7 газет Красноярского края, у 5 — Омской области, у 14 — Новосибирской. От 2500 до 4000 участников у 10 газет Красноярского края, у 9 — Омской области, у 8 — Новосибирской. От 4000 до 6000 — у 5 газет Красноярского края, у 8 — Омской области, у 3 газет — Новосибирской. От 6000 до 8000 участников в группе «О» в Красноярском крае у 8 газет, в Омской области — у 3 газет, в Новосибирской области такие газеты были отнесены к лидерам и упомянуты выше.

По целому ряду изданий видна приоритизация одной из социальных сетей, когда количество подписчиков различается более чем в два раза. По Красноярскому краю такие газеты: «Сельская новь» (5,8 в ВК против 1 в «О»), «Емельяновские веси» (9,2 в ВК против 3 в «О»), «Идринский вестник» (0,3 в ВК против 1,5 в «О»), «Знамя труда» (0,094 в ВК против 5,5 в «О»), «Вести» (0,9 в ВК против 4,3 в «О»), «Сельская жизнь» (3,8 в ВК против 1,8 в «О»), «Ленинская искра» (4,0 в ВК против 1,8 в «О»), «Советское Приангарье» (1,9 в ВК против 5,0 в «О»), «Ангарский рабочий» (1,4 в ВК против 5,2 в «О»), «Победа» (2,8 в ВК против 6 в «О»), «Вместе с вами» (1,7 в ВК против 0,9 в «О»), «Присяянье» (2,0 в ВК против 6,0 в «О»), «Вперед» (1,7 в ВК против 0,6 в «О»). Как можно увидеть, в шести случаях предпочтение отдается ВК, в 7 — «Одноклассникам».

По Омской области: «Авангард» (0,6 в ВК против 3,4 в «О»), «Ваша Звезда» (0,4 в ВК против 6,3 в «О»), «Сельская трибуна» (1,3 в ВК против 5,0 в «О»), «Вперед» (5,0 в ВК против 2,2 в «О»), «Горьковский вестник» (3,3 в ВК против 1,2 в «О»), «Заря» (0,2 в ВК против 5,8 в «О»), «Ihre Zeitung (Ваша газета)» (1,3 в ВК против 2,8 в «О»), «К новым рубежам» (1,1 в ВК против 3,8 в «О»), «Луч» (0,3 в ВК против 4,0 в «О»), «Маяк» (1,3 в ВК против 5,6 в «О»), «Наша искра» (1,6 в ВК против 3,6 в «О»), «Нива» (0,1 в ВК против 6,2 в «О»), «Новый вымпел» (0,2 в ВК против 2,0 в «О»), «Пламя всегда с вами» (0,5 в ВК против 1,5 в «О»), «Правда севера» (0,05 в ВК против 5,1 в «О»), «Сель-

ская новь (5,8 в ВК против 1,0 в «О»), «Сибирский труженик» (1,4 в ВК против 4,3 в «О»), «Сибиряк» (1,0 в ВК против 6,0 в «О»), «Таврические новости» (2,9 в ВК против 6,1 в «О»), «Тюкалинский вестник» (0,5 в ВК против 5,5 в «О»), «Усть-Ишимский вестник» (0,2 в ВК против 2,7 в «О»), «Целинник-НВ» (1,4 в ВК против 3,8 в «О»), «Черлакские вести» (0,7 в ВК против 4,6 в «О»). В отличие от Красноярского края, когда предпочтения поделились почти поровну, издания Омской области отдают явное предпочтение «Одноклассникам»: 20 газет предпочитают эту социальную сеть, и только 3 — ВКонтакте. Причем в девяти случаях расхождение более чем в три раза, а еще в восьми — более чем в 10 раз.

В Новосибирской области также есть газеты, у которых в одной из соцсетей подписчиков в два и более раза больше, чем в другой. Это такие издания, как «Венгеровская газета» (1,1 в ВК против 6,8 в «О»), «Сельская правда» (0,8 в ВК против 2,3 в «О»), «Сельский труженик» (1,2 в ВК против 3,5 в «О»), «Маслянинский льновод» (3,1 в ВК против 1,5 в «О»), «Черепановские вести» (8,3 в ВК против 3,4 в «О»), «Чулымская газета» (2,0 в ВК против 6,3 в «О»). Как видим, таких явных «перекосов», как, например, в Омской области в приоритизации соцсетей у новосибирских районов нет: 4 газеты предпочитают «Одноклассники», 2 — ВК, по остальным ситуация более менее ровная.

Посмотрим, велась ли газетами работа в соцсетях, которые в марте 2022 г. были запрещены в Российской Федерации. До 2022-го года 22 газеты Красноярского края имели группу в Facebook* и 20 были представлены в «Инстаграме». По Омской области 2 газеты имели группы в Facebook*, но покинули их еще до событий 2022 г. В Новосибирской области у 3-х газет были группы в Facebook, 1 перестали вести еще в 2013-м году, 2 — в начале 2022-го. Количество подписчиков в них не превышало несколько десятков человек. Инстаграм-аккаунты омских и новосибирских районов обнаружить не удалось.

Зато в ходе исследования выяснилось, что районные газеты в течение прошлого года стали более активно, чем ранее, осваивать Telegram. Так, в Красноярском крае — 30 газет ведут Telegram-канал, все они, кроме 4-х, были созданы в 2022 г., большинство — в марте. Медианное значение по подписчикам — 256. Минимальное — 24 («Земля боготольская», tg создан в мае 2022), максимальное — 965 («Власть труда», tg создан в 2020-м году). В Омской области — только 7 газет из 32 имеют tg-каналы, причем 6 из них были созданы весной-летом 2022 г. Медианное значение по подписчикам — 180, минимальное — 26 («Сельская трибуна»), максимальное — 557 («Тарское Прииртышье»). В Новосибир-

ской области 9 газет завели весной 2022 г. tg-каналы. Медианное значение по подписчикам — 83, минимальное — 3 («Ордынская газета», tg-канал создан 28 декабря 2022 г.), максимальное — 213 («Степная нива», Баганский район).

Что касается YouTube и Яндекс.Дзен, то опять же наиболее планомерная работа по представлению там своего контента ведется районками Красноярского края. У 14 красноярских районных газет есть представительство в YouTube (число подписчиков — от 3 до 424, медианное — 163), у двух с весны 2022 г. — в Rutube (но работа там не ведется и подписчиков почти нет). YouTube-каналы имеют 6 газет Омской области (число подписчиков — от 2 до 334, медианное — 139). Новосибирский сельские районки YouTube-каналов не имеют.

5 красноярских районных газет ведут свои каналы в Яндекс.Дзене («Пригород» — 267 подписчиков, «Голос времени» — 7, «Иланские вести» — 10, «Ирбейская правда» — 71, «Тубинские вести» — 157). Из омских районов там представлены 3 газеты: у «К новым рубежам» 32 подписчика, у «Тюкалинского вестника» — 256, и у «Тарского Прииртышья» 5036 подписчиков. Вообще, это наиболее популярная среди районных газет и наиболее последовательно продвигающая свой контент на современных платформах. Возможно, дело в том, что в Тарском муниципальном районе есть г. Тара с 28,5 тыс. жителей, но это ненамного больше, чем в г. Исилькуле и г. Калачинске, к тому же по формальным признакам (муниципальный район, а не городской округ), мы рассматриваем его именно в статье среди остальных районных газет. Ни одна из районных газет Новосибирской области представительства в Яндекс.Дзене не имеет.

Необходимо отметить любопытную деталь: если на стандартные российские соцсети с сайтов чаще всего (хотя и не всегда) ведут ссылки, то на tg-каналы и тем более на YT-каналы и на Яндекс.Дзен — совсем редко. Хотя, например, в Омской области на шести сайтах газет нет значков и обычных соцсетей, то есть газета не указывает, что у нее есть страницы в ВК и «О». Правда, на количество подписчиков это не влияет. В Новосибирской области, как и в Омской, у нескольких изданий нет ссылок на сайтах, или же имеющиеся «значки» со страницами в соцсетях могут быть не соединены, то есть осуществить переход на страницу соцсети таким образом оказывается невозможно.

Подытоживая проведенный анализ, согласимся с московскими исследователями, что «местная пресса выполняет важнейшую миссию сохранения журналистики, близкой народу, его потребностям и нуждам, ориентированной на базовые российские ценности» [4, 7]. Даже спустя почти десять лет, благодаря возможностям интернета и социальных медиа, районные газеты последовательно работают со своей аудиторией: почти у всех есть действующий

* Деятельность Instagram и Facebook в России признана экстремистской и запрещена 21 марта 2022 г.

щие, ежедневно обновляющиеся сайты, в интернете отсутствуют pdf-версии печатных номеров. Группы в соцсетях сельских «районков» это, как правило, несколько тысяч подписчиков, причем, даже несмотря на приоритетность той или иной соцсети, газеты работают все же с обеими, «собирая» свою аудиторию и там, и там. И даже со сравнительно новыми для себя платформами, такими как Telegram, Яндекс. Дзен, Yт, газеты начинают работать, накапливая постепенно аудиторию и там. Причем лидером здесь можно назвать *Telegram*: 39 газет изучаемых регионов завели в прошлом году в нем свои каналы. Таким образом, приведем только один пример среднестатистической сельской районки: «Голос целины» Русско-Полянского муниципального района Омской области, имея тираж 2 тыс. экземпляров, в интернете и на различных платформах обретает еще примерно 7 тыс. читателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тулупов В. В. Региональная журналистика: сегодня и завтра / В. В. Тулупов // Вопросы теории и практики

журналистики. — 2013. — № 2. — С. 78–92.

2. Тулупов В. В. Российская региональная журналистика на современном этапе / В. В. Тулупов // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 1. — С. 111–120.

3. Олешко В. Ф. Региональная журналистика: современные тенденции и вызовы / В. Ф. Олешко // СМИ и общество. — 2012. — № 1. — С. 55–67.

4. Свитич Л. Г. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. / Л. Г. Свитич, О. В. Смирнова, А. А. Ширяева, М. В. Шкондин // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2014. — № 5. — С. 3–25.

5. Радионцева Е. С. Электронная версия и ее бумажная «Сестра»: к вопросу о феномене издательского «Каннибализма» / Е. С. Радионцева // Вестник Омского университета. — 2012. — № 3 (65). — С. 208–212.

6. Радионцева Е. С. Электронная версия районной газеты: типологические особенности / Е. С. Радионцева // Наука о человеке: гуманитарные исследования. — 2012. — № 2 (10). — С. 235–239.

7. Радионцева Е. С. Интеграция районных газет в интернет / Е. С. Радионцева // Наука о человеке: гуманитарные исследования. — 2015. — № 4 (22). — С. 56–61.

Новосибирский государственный университет

Беленко В. Е., кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой массовых коммуникации

E-mail: viktoria_belenko@mail.ru

Novosibirsk State University

Belenko V. E., Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Mass Communications

E-mail: viktoria_belenko@mail.ru