

Секция «Журналистика»

Деловые печатные СМИ Беларуси в условиях конвергенции

Касперович Ольга Николаевна

Студент

Белорусский государственный университет, факультет журналистики Института журналистики, Минск, Беларусь

E-mail: kasp-olga@yandex.ru

В индустрии средств массовой информации никого уже не удивить понятием медиа-конвергенции. Кросс-медийная технология прочно вошла в мировой медиарынок. Сближение разнородных электронных технологий в первую очередь является формой выживания печатных СМИ, которые уходят в интернет. "Наблюдается явление мультиплатформенности: контент интернет-СМИ становится доступным через социальные сети, мобильные телефоны, программы-ридеры, приложения для Android и др." (Градюшко, 2012, 125).

На 1 января 2013 года в государственном реестре средств массовой информации Республики Беларусь зарегистрированы 1 482 печатных издания. Среди популярных деловых печатных СМИ журналы «Дело» и «Бизнес-ревью», аналитический еженедельник «Белорусы и рынок», старейшее деловое издание Беларуси «Экономическая газета». К числу деловых СМИ также следует отнести сетевые газеты «БДГ-online», «Ежедневник» и деловой портал «Bel.Biz».

Среди основного наполнения конвергентных медиа, помимо текстовых материалов, как правило, присутствуют видеосюжеты, фоторепортажи, аудиоподкасты, RSS-рассылка, подписка на комментарии, технологии Web 2.0. На основании этого рассмотрим некоторые деловых СМИ Беларуси в интернете.

По итогам исследования компании MASMI рынка отечественных бизнес изданий, лидирующее место по показателям осведомленности и восприятия целевой аудиторией занимает журнал «Дело». 91% респондентов, размер выборки составил 70 интервью, за прошедший год читали или просматривали этот журнал. На втором месте журнал «Бизнес-ревью» – 56%, на третьем месте «Экономическая газета» – 50% [5]. Но интернет-версии этих изданий, как и большинство сайтов деловых печатных СМИ, имеют стандартный набор: ленту новостей, текстовые материалы, видеосюжет о наиболее важном событии, RSS-рассылку, возможность комментировать статьи. Таким образом, они представляют собой клоны печатных версий.

«Ежедневник» – это многопрофильная сетевая газета. Ее основная задача – создавать полноценную информационную картину дня для тех, кто активно интересуется новостями бизнеса, экономики и политики [4]. Помимо основных рубрик портал состоит из приложений EJ: Автомобили, EJ: Здоровье, EJ: Недвижимость, EJ: Отдых, EJ: Выборы, EJ: Видео, где представлены новости по разным рубрикам, и EJ: Регионы. Читатели имеют возможность поделиться новостями: под каждой статьей расположены кнопки социальных сетей.

Ярким примером печатного издания, пусть и не совсем соответствующего понятию делового, которое смогло принять условия конвергенции, является газета «Комсомольская правда в Беларуси». Сайт газеты имеет приложения для мобильных платформ, в прямом эфире можно посмотреть телеканал или послушать радио «Комсомольская

правда» российского производства. Налажена обратная связь с редакцией и читателями: газета имеет аккаунты в социальных сетях.

Некоторые представители бизнеса признаются, что регулярно получают информацию из масштабных белорусских порталов «Onliner.by» и «Tut.by». Эти порталы успешно используют способы монетизации контента – различные спецпроекты. У «Tut.by» это порядка 57 ресурсов, которые включают в себя новости, бизнес услуги, канал «Tut.by-TV» и многое другое. «Онлайнер», понимая, что люди приходят в интернет больше посмотреть, нежели почитать, постоянно размещает огромное количество фоторепортажей. Популярностью у посетителей сайта пользуется ресурс «Каталог и цены», где можно выбрать практически любую технику.

Обратимся к посещаемости сайтов. По данным системы интернет статистики «Акавита» в рейтинге СМИ на 27 февраля 2013 года «Комсомольская Правда в Беларуси» находилась на 2 месте: 32 043 уникальных посетителей и 131 886 просмотров. «Ежедневник» занимает 12 место: 6 579 уникального посетителя и 27 709 просмотров страниц [2]. У «Onliner.by» на 26 февраля 2013 г. 859 590 посещений и 7 203 218 просмотров страниц [3]. Среднесуточная посещаемость портала «Tut.by» за январь 2013 г. в будние дни по данным Google Analytics составляет 536 267 уникальных посетителей и 1 715 048 просмотров страниц [6].

Таким образом, деловые печатные СМИ Беларуси еще на пути адаптации к новым формам, чего нельзя сказать о сетевых изданиях. Последние смогли принять требования, необходимые для успешного существования современных масс-медиа.

Литература

1. Градюшко А.А. (2012) Основы интернет-журналистики: учеб.-метод. комплекс для студентов, обучающихся по спец. 1-23 01 08-03 «Журналистика (веб-журналистика)». Минск: БГУ.
2. Общий рейтинг «Акавита» // http://top.akavita.by/ru/top/All/Mass_Media_and_News/to
3. Онлайнер // <http://www.onliner.by>.
4. О проекте – Ежедневник // <http://www.ej.by/about>.
5. Самым важным критерием при выборе бизнес-издания является наличие актуальной информации // <http://marketing.by/main/market/analytics/0060057>.
6. Статистика Tut.by // <http://tutby.com/service/advert/statistics>.