

Анализ состояния рынка интернет-СМИ Алтайского края (на основе открытых источников)

Научный руководитель – Лукашевич Елена Васильевна

Пилыпенко А.В.¹, Кукина Е.А.², Савчинская Д.В.³

1 - Алтайский государственный университет, Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии, Кафедра теории и практики журналистики, Барнаул, Россия, *E-mail: belkannpilipenko@gmail.com*; 2 - Алтайский государственный университет, Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии, Кафедра теории и практики журналистики, Барнаул, Россия, *E-mail: elenakikina99@mail.ru*; 3 - Алтайский государственный университет, Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии, Кафедра теории и практики журналистики, Барнаул, Россия, *E-mail: daria.savchinskaya@yandex.ru*

В настоящее время интернет-СМИ пользуются большим потребительским спросом. Алтайский край - не исключение. В рейтинге самых цитируемых СМИ Алтайского края в 2019 г., по данным «Медиалогии» (компания-разработчик автоматической системы мониторинга и анализа СМИ), лидирующие позиции в крае занимают следующие интернет-издания: «Амител», «Алтапресс.ру», «Политсиб.ру» [1].

В ноябре 2019 г. студенты кафедры теории и практики журналистики по заказу ООО «Издательский дом “Алтапресс”» провели оценку состояния данных интернет-СМИ на основе анализа их содержательной модели.

Данное исследование было направлено на получение достоверных сведений о состоянии рынка интернет-СМИ Алтайского края и разработку рекомендаций для развития данного сегмента медиарынка. Для анализа сплошной выборки текстов с каждого издания (всего более 500 текстов) были использованы методы контент-анализа и экспертного интервью с редакторами изданий.

Мы выявили, что только на сайте «Алтапресс.ру» обозначена четкая концепция издания, позиционирование, постоянные цели и задачи. ачи, а также стратегии ИА «Амител» находятся в постоянной динамике (меняются ежегодно в ходе анализа аудитории). Стратегии ИА «Амител» находятся в постоянной динамике (меняются ежегодно в ходе анализа аудитории). Издание «Политсиб.ру», по словам редактора, стремится осветить те новости и мнения, которые, как считают в издании, не находят широкого отражения в краевых СМИ.

В данном издании наименее выраженная стратегия медиапроизводства. При анализе целей и задач, озвученных в ходе интервью редакторами данных порталов, были выявлены общие положения: «донесение» или информирование читателей о происходящем, а также его объяснение.

В результате проведённого исследования было выявлено, что главным тематическим направлением всех трёх изданий является общественная жизнь края и страны. Культурная и спортивная тематика находят меньшее отражение во всех изданиях. Кроме того, «Алтапресс.ру» и ИА «Амител» часто публикуют материалы о происшествиях. Издание «Политсиб.ру» отдаёт предпочтение общественно-политическим событиям.

Краткая и расширенная новости являются преобладающими жанрами во всех анализируемых изданиях. Материалы в жанрах интервью и репортажи публикуются во всех изданиях редко. Так, анализ материалов сайта «Алтапресс.ру» показал, что чаще всего публикуются краткие новости (35%), чуть реже - расширенные новости (30%). Третье место по количеству публикаций занимает жанр аналитической статьи. Далее идут комментарий (разъясняющий) (13%), публикации в жанре личного интервью (2%), репортажи (2%), экспертное интервью (1%), публикации в жанре «песочные часы» (1%) [2].

За время исследования все материалы на сайте «Политсиб.ру» публиковались в рубрике «новости», что противоречит одной из поставленных ими задач - объяснению аудитории тех или иных общественных явлений. Большая часть всех материалов публикуется пост-фактум, освещаются события, которые уже произошли. Редакторы изданий говорят, что о том, что будет происходить, люди просто не читают, живут сегодняшним днем.

Издания в своих публикациях придерживаются нейтралитета, авторской оценки предельно мало, доминирующий тип заголовка - информационный. Две трети проанализированных материалов анонимные. Все исследуемые издания придерживаются в своих материалах нейтральной тональности, на втором месте во всех изданиях - негативная тональность и только на третьем - позитивная. Явных отличий по данной характеристике в исследуемых изданиях не обнаружено.

В ходе исследования было выявлено, что «Алтапресс.ру» и «Амител» больше сконцентрированы на оперативности публикации материалов, чем на их качестве. Данная стратегия работы предоставляет им возможность занимать лидирующие позиции на информационных порталах, цитироваться другими СМИ и увеличивать собственные рейтинги. Кроме того, издание «Амител», по словам его редактора, находится в состоянии реформации, поэтому из-за отсутствия компетентных в определенной тематике корреспондентов многие темы не освещаются вовсе.

Результаты данного исследования были представлены редакторам изданий. На наш взгляд, они могут помочь сориентировать читателя в выборе источника информации, указать издателю на позитивные и негативные качества его работы, с целью мотивации к повышению качества публикуемых материалов в Алтайском крае. В дальнейшем планируется исследование и других СМИ и разработка аналитической модели для выявления различных особенностей интернет-изданий.

Источники и литература

- 1) Медиалогия: <https://www.mlg.ru/~5YEdG>
- 2) Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. М.: Изд-во Аспект Пресс, 2013.