

## ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОНЛАЙН-ВЕРСИЙ ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ

**Троценко Лариса Анатольевна**

старший преподаватель кафедры журналистики  
ФГБОУ ВО Тихоокеанский государственный университет  
Россия, г. Хабаровск

**Аннотация:** Целью исследования стало выявление особенностей развития онлайн-версий региональных печатных средств массовой информации. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: рассмотреть текущее состояние печатных СМИ в России и влияние цифровых технологий на их развитие; раскрыть своеобразие онлайн-версий печатных изданий (на примере региональных печатных СМИ «Хабаровские вести» и «Тихоокеанская звезда»), которым в современных условиях приходится искать новые формы существования, сохранения целевой аудитории, привлечения внимания новой, активно пользующейся Интернетом.

**Ключевые слова:** СМИ, онлайн-версия, региональные СМИ, «Хабаровские вести», «Тихоокеанская звезда».

## TYPOLOGICAL CHARACTERISTICS OF ONLINE VERSIONS OF FAR EASTERN PUBLICATIONS

**Trotsenko Larisa A.**

Senior Lecturer, Department of Journalism  
Pacific State University  
Russia, Khabarovsk

**Abstract:** The aim of the study was to identify the features of the development of online versions of regional print media. To achieve the goal, the following tasks were set: to consider the current state of print media in Russia and the impact of digital technologies on their development; to reveal the originality of online versions of print media (for example, the regional print media Khabarovskiye Vesti and Pacific Star), which in modern conditions have to look for new forms of existence, preserving the target audience, attracting the attention of a new, actively using the Internet.

**Keywords:** media, online version, regional media, Khabarovsk Vesti, Pacific Star.

Сокращение числа традиционных СМИ считается не только общероссийской, но и мировой тенденцией. Газеты и журналы быстро вытесняются из обычного медиапотребления новыми источниками информации. Стремительно сокращается число печатных изданий [1]. Так, по последним исследованиям, «практически никогда» не читает ежедневные газеты половина москвичей (50%). При этом регулярных читателей новостных сайтов в столице вдвое больше, чем читателей газет. Регулярная аудитория общественно-политических журналов намного меньше – около 2% москвичей, еще 76% «практически никогда» журналы не читают [2]. Именно поэтому печатные СМИ сейчас находятся на пути к изменению своего формата, дополнения его новыми способами представления

информации. Рассмотрим, насколько отличается сложившаяся ситуация, перспективы развития центральных и региональных СМИ.

В число СМИ Хабаровского края, первыми внедрившими в издание онлайн-формат, входят такие региональные печатные средства массовой информации, как газета «Хабаровские вести» и газета «Тихоокеанская звезда».

Общественно-политическая газета «Хабаровские вести», учредителем которой является администрация города Хабаровска и Хабаровская городская Дума, издается с 1997 года и прочно занимает одно из лидирующих мест на рынке СМИ Хабаровского края. Изначально периодичность выхода газеты составляла раз в неделю, впоследствии увеличилась до четырех раз в неделю – по вторникам, средам, четвергам и пятницам. Номер за среду – 16-страничный экземпляр с телепрограммой на предстоящую неделю, печатается тиражом 16000 экземпляров. Номера за вторник и пятницу имеют по 8 страниц и тираж 6000 экземпляров. Кроме того, по вторникам и пятницам отдельной тетрадкой выходит приложение «Вести-официально», в котором публикуются нормативно-правовые акты администрации города и Хабаровской городской Думы. Тематика данного регионального СМИ – опубликование муниципальных правовых актов, доведение до сведения жителей города официальной информации о социально-экономическом и культурном развитии города Хабаровска, о развитии его общественной инфраструктуры, обсуждение проектов муниципальных правовых актов по вопросам местного значения, иной официальной информации. Газета в основном ориентирована на средневозрастной контингент, принадлежащий к среднему социальному классу. В феврале 2012 года у газеты появился собственный интернет-сайт (<https://khab-vesti.ru/>), который на сегодняшний день является онлайн-версией печатного издания «Хабаровские вести».

Общественно-политическая газета «Тихоокеанская звезда», учредителем которой является трудовой коллектив АО «Редакция «Тихоокеанская звезда», непрерывно выпускается с 1991 года с периодичностью 5 раз в неделю – по вторникам, средам, четвергам и субботам. Тираж газеты составляет 11000 экземпляров (вторник, среда, четверг, суббота) и 14206 экземпляров (пятница). Газета имеет приложение – еженедельник «Хабаровская неделя» (20 страниц формата А3). Газета «Тихоокеанская Звезда» рассчитана на широкий круг читателей, в том числе на людей среднего и старшего возраста. В издании всесторонне освещаются проблемы экономики, политики, городского хозяйства, образования, здравоохранения, архитектуры и строительства, культуры, спорта и других отраслей жизнедеятельности столицы Дальневосточного федерального округа. Сайт <http://toz.su>, являющийся онлайн-версией «Тихоокеанской звезды», был создан в 2011 году [5, с. 160].

Данные региональные СМИ давно вышли за рамки газеты и внедряют передовые средства передачи информации и общения с аудиторией. Сайты «Хабаровских вестей» и «Тихоокеанской звезды» достаточно популярны в сети Интернет как информационный источник, источник актуальных новостей. Они входят в десятку самых цитируемых СМИ Хабаровского края в Интернете по итогам 2019 года (по результатам исследования компании «Медиалогия», которая подготовила рейтинг медиаресурсов Хабаровского края за 2019 год). Составляют конкуренцию интернет-порталам и исключительно сетевым СМИ, являясь онлайн-версиями своих печатных изданий.

Популярность как самих печатных изданий, так и их онлайн версий обусловлена повышенным доверием аудитории к печатным версиям «Хабаровских вестей» и «Тихоокеанской звезды», зарекомендовавшим себя в качестве проверенного и надежного источника информации, что значительно облегчило порталам задачу завоевать внимание своей целевой аудитории. Интернет-порталы данных региональных СМИ – это успешные представители онлайн-версий печатных изданий.

Одной из их особенностей является в основном неуникальный контент, дублирование на сайт материалов печатных средств массовой информации. Редакции

считают, что успеха можно добиться только в том случае, если представляемый продукт востребован. Онлайн-версии печатных СМИ предоставляют повтор информации печатной версии, являясь также одним из средств продвижения печатного издания. Информация актуальна, достоверна и выпускается наиболее оперативно именно в сетевом формате.

На сайте в разделе «Газета «Хабаровские вести» продублированы опубликованные в газете новости, а также представлены выпуски газеты в pdf-формате, которые можно скачать или оформить платную подписку. Скачать в pdf-формате можно только первую полосу, остальные страницы будут доступны только после подписки. Онлайн-версия «Хабаровских вестей» является одним из способов продвижения данного СМИ, стимулируя потенциального читателя оформить подписку. На сайте <https://khab-vesti.ru/> также периодически размещается и уникальный контент, который не вошел в печатную версию издания. Например, в разделе «Новости» можно найти короткие анонсы, заметки о предстоящих событиях.

Уникальный контент на портале <http://toz.su> отсутствует, что обусловлено почти ежедневной периодичностью выхода газеты («Тихоокеанская звезда» выходит 5 раз в неделю). В разделе «Газета» продублированы все опубликованные в «Тихоокеанской звезде» материалы. В данном региональном СМИ контент сетевого и печатного форматов не отличается друг от друга.

Другой особенностью онлайн-версий печатных изданий является быстрый и удобный способ доступа к контенту. Большинство интернет-изданий предоставляют бесплатно весь свой контент. Такой подход дает возможность повышать узнаваемость, цитируемость издания, посещаемость его сайта. Недостаток такого подхода заключается в том, что издание бесплатно предоставляет свой основной товар – информацию. Существует другой подход – полностью платный сайт. В этом случае интернет-ресурс просто выступает как альтернативный бумажному способ распространения контента печатного издания.

На сайте <https://khab-vesti.ru/> контент является бесплатным, можно ознакомиться с материалами, уже опубликованными в печатном издании. В разделе «Газета «Хабаровские вести» статьи представлены в том виде, как они были опубликованы в печатном формате: они поделены на рубрики и представлены так, как в самой газете. На сайте можно оформить подписку на печатную версию «Хабаровских вестей», а также на электронную версию газеты, которая будет доступна на сайте после авторизации.

Контент на портале <http://toz.su> предоставляется пользователю бесплатно. И в разделе «Новости», и в разделе «Газета» опубликованные материалы представлены в полном объеме и оригинальном формате. Есть возможность подписки на «Тихоокеанскую звезду» в разделе «Подписка онлайн» на печатную или электронную версию газеты. Для оформления подписки необходимо зарегистрироваться на сайте; окно регистрации сформировано удобно и максимально понятно.

В Интернете ценится общедоступность, поэтому свой контент «Хабаровские вести» и «Тихоокеанская звезда» не продают, но рекламируют платные проекты и платную подписку на свои печатные издания.

Следует отметить удобство навигации на сайтах региональных СМИ.

Если в газете «Хабаровские вести» на первой полосе вынесены только названия самых актуальных материалов с номером страницы, то в онлайн-версии на главной панели меню, выделенной синим цветом, расположены основные разделы сайта: «Новости», «Газета «Хабаровские вести», «Вести-официально» и «Реклама». У пользователя есть возможность выбрать, как построить времяпровождение на портале: читать новости в хронологическом порядке по всем рубрикам сразу, либо же открыть определенную рубрику, представленную и в печатной версии, и читать материалы по теме. Раздел «Газета «Хабаровские вести» состоит из 10 рубрик: «Специальные выпуски», «Экономика», «Вопрос ответ», «Происшествия», «Культура», «Информация для хабаровчан», «Горячая линия», «Темы номера», «Новости», «Общество». Такое деление контента на рубрики

удобно и упрощает поиск нужной информации. Портал предоставляет возможность поиска нужного материала методом введения ключевых слов в поисковую строку в верхней панели сайта.

Навигация онлайн-версии печатного СМИ «Тихоокеанская звезда» также удобна. Разделы «Газета», «Новости», «Постфактум», «Спецвыпуски», «Пресс-центр», «Письма читателей», «Архив», «Подписка онлайн» расположены на основной панели меню. Контент сайта аналогичен контенту печатной версии, разделы «Газета» и «Новости» идентичны по содержанию. Различия заключаются в системе размещения публикаций: в разделе «Новости» статьи расположены в том хронологическом порядке, как они были выложены на сайт с указанием даты и времени публикации, а в разделе «Газета» указаны только даты публикации, контент расположен от наиболее актуального к менее актуальному. Читателю предоставлен выбор – читать новости по порядку или же начать с самых актуальных материалов.

Следующей особенностью онлайн-версий печатных СМИ является отсутствие платной подписки на контент интернет-ресурса.

На российском рынке интернет-ресурсы, в том числе «Хабаровские вести» и «Тихоокеанская звезда», не предоставляют возможности платной подписки. То есть не допускают даже возможности, что у читателя-пользователя появится желание расширить свое знакомство с контентом ресурса, и он готов будет за это заплатить. На порталах данных региональных СМИ представлен уникальный контент, созданный профессиональными журналистами, оплаченный изданием и уместный в Интернет-среде.

Одной из основных особенностей онлайн-версий выступают мультимедийные технологии, используемые интернет-ресурсом.

Мультимедийные технологии – совокупность современных средств аудио-, теле-, визуальных и виртуальных коммуникаций, используемых в процессе организации, планирования и управления различных видов деятельности. В современном мире стремительно меняются привычки медиа потребления. То, что большинство людей намного лучше воспринимают информацию, представленную разными способами, – неоспоримый факт. Ряд читательской аудитории имеет привычку постоянного потребления не печатного слова, а цифровой информации. Интернет-среда специфична. Она дает целый ряд возможностей, которыми не обладают печатные СМИ. Заинтересованные в своем развитии, в расширении своих целевых аудиторий, влияния своего контента, посещаемости-тиража, печатные издания активно используют преимущества интернет-среды, осваивая ее специфические возможности [4, с. 383-384].

Сайт газеты «Хабаровские вести» активно использует мультимедийный формат на своих web-страницах. Это, в первую очередь, большое количество изображений, фотографий, разноцветных плашек и значков. Фотографии сопровождают каждую публикацию. На сайте видеоматериалы и фотоотчеты вынесены в отдельный раздел на главной странице сайта – «Медиа». Например, здесь размещены видеопоздравление от мэра, видеорепортаж со значимых событий города, фотоотчеты с хоккейных матчей команды «Амур» и многое другое. Созданы на сайте и гипертекстуальные вставки с погодой на сегодня и курсом валют. После каждого материала сайт предлагает поделиться прочитанной статьей у себя в социальных сетях: размещены ссылки на «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook и Twitter. «Хабаровские вести» активно используют возможности мультимедийности в своей онлайн-версии издания, которыми не располагает печатная пресса.

Мультимедийное наполнение онлайн-версии «Тихоокеанской звезды» не так богато: только часть материалов сопровождаются фотографиями. Существуют графические макеты в верхней и нижней панелях сайта, при нажатии на которые происходит переход на другую страницу. Например, при переходе на макет «Реализация национальных проектов: комфортная среда для жизни» пользователю предлагаются все материалы на сайте по

данной теме. В данном случае графические макеты выполняют лишь функцию навигации. На сайте в разделе «Фотогалерея» размещены фотоотчеты с разных мероприятий города.

Следующей особенностью онлайн-версий печатных изданий является наличие способов обратной связи (взаимодействия) с аудиторией интернет-ресурса.

Рынок печатных изданий высококонкурентен. Читательская аудитория должна найти преимущества того или иного медиа. Принципиальное значение здесь имеет взаимодействие с аудиторией, возможности услышать ее, узнать доминирующие настроения, получить отклики. Это важно и для корректировки деятельности издания, и для формирования лояльности целевых аудиторий (людям нравится, когда интересуются их мнением). Интернет-ресурс предоставляет уникальные возможности взаимодействия с аудиторией. Формы обратной связи, форумы, блоги, опросы, конференции – это ставшие уже привычными формы взаимодействия с аудиторией, перспективные для использования интернет-ресурсами традиционных печатных средств массовой информации.

В онлайн-версии газеты «Хабаровские вести» отсутствует возможность комментирования. Однако есть ссылки на сообщества в социальных сетях, где портал собирает обратную связь и мнение читателей по разным вопросам. В онлайн-версии газеты «Тихоокеанская звезда» существует возможность комментирования при наличии и регистрации на сайте.

Одной из основных особенностей онлайн-версий печатных СМИ является наличие основного показателя эффективности – посещаемости интернет-ресурса.

Для печатного издания тираж – важный показатель экономического благополучия издания. Для интернет-ресурса важным показателем является посещаемость сайта. Данные статистики можно сделать открытыми, либо закрыть от посторонних глаз. Измерить посещаемость можно несколькими способами. Посещаемость интернет-ресурса можно отследить на специальных сайтах и сервисах. Для исследования посещаемости нами был выбран популярный среди пользователей сервис BE1.RU [3], который позволяет получить максимально полную аналитику сайта, используя только домен. Выяснилось, что динамика посещаемости портала «Хабаровских вестей» оказалась скрыта. Обслуживанием сайта занимается специальная компания, которая скрыла доступ просмотра статистики. Онлайн-версия «Тихоокеанской звезды» более открыта в этом вопросе. Статистика «Яндекс.Метрика» расположена прямо на сайте в футере. По данной статистике, сайт «Тихоокеанской звезды» посещают в среднем около тысячи человек. Учитывая, что тираж печатной версии составляет 11000 экземпляров, онлайн-версия отстает в этом вопросе, хоть и является бесплатным источником информации. Приведенные данные свидетельствуют о большей популярности печатного формата региональных дальневосточных СМИ по сравнению с цифровой версией. Возможно, это обусловлено составом читающей аудиторией издания: людей среднего и старшего возраста, которые либо не владеют Интернетом, либо осознанно от него отказываются.

Одной из особенностей онлайн-версий печатных изданий, свойственной в основном федеральным изданиям, является наличие мультимедийных рекламных сообщений на страницах интернет-ресурса. Заинтересованность рекламодателей интернет-ресурсом – это важный показатель его успешности. Это могут быть и уникальные рекламные сообщения (то есть те, которых нет в печатной версии), и дубль из газеты или журнала, адаптированный под интернет-ресурс.

На портале «Хабаровские вести» практически отсутствует реклама, продвигаются только собственные проекты. Есть прайс на рекламу, вынесенный в отдельный раздел, однако баннерная растяжка среди рекламодателей не востребована. Региональные СМИ все еще активно и эффективно используют естественную (нативную) рекламу, то есть создают материал о чем-либо со скрытой рекламой. Такой вариант продвижения в СМИ сейчас является наиболее популярным в Хабаровском крае, так как вызывает больше доверия у читателя, хотя создает меньший охват потребителей рекламы.

Онлайн-версия «Тихоокеанской звезды» придерживается аналогичной позиции, о чем говорит отсутствие рекламы на портале. Ее отсутствие, скорее всего, также обусловлено низкой посещаемостью сайта – данная площадка либо еще не востребована рекламодателями, либо не предоставляет рекламные услуги на сайте (на портале отсутствует прайс).

Другой особенностью онлайн-версий печатных изданий является высокая частота обновления интернет-ресурса. Основа контента любого СМИ – новость. В современном мире информация стремительно теряет свою актуальность и востребованность. Интернет-среда дает возможность очень быстрого обновления информации, оперативной реакции на самые острые темы и события.

Контент на портале «Хабаровские вести» обновляется не так часто, как в исключительно сетевых СМИ: ежедневно выходит в свет более 25 материалов разной тематики. «Тихоокеанская звезда» тоже отличается небольшим объемом выпускаемой информации (около 10 материалов в день). Ситуация обусловлена тем, что основными являются печатные средства массовой информации, соответственно, редакции газет делают упор не на количество, а на качество публикуемой информации.

Федеральные сайты онлайн-версий работают на высоком уровне, поднимая рейтинг эксклюзивными интервью и «горячей» новостью. Авторитетные интернет-СМИ уже давно разработали свой стиль и дизайн страницы. Заданная наполняемость сайта всегда остается на одном уровне, этим занимается команда авторов, которые мониторят события в стране и мире. Что же касается региональных интернет-порталов, в том числе и изданий «Хабаровские вести» и «Тихоокеанская звезда», которые хотят занять свою нишу в глобальной сети, то здесь работа ленты новостей или информационных порталов зависит от ряда причин и следствий. Сюда входит число населения, проживающего в городе, количество сотрудников, работающих в СМИ, а также то, какую задачу перед ними ставит руководство, и главное, что получается на выходе.

Таким образом, особенностями онлайн-версий региональных печатных изданий «Хабаровские вести» и «Тихоокеанская звезда» являются: дублированный из печатной версии контент; быстрый и удобный способ доступа к контенту, заключающийся в удобстве рубрикации на порталах, возможности поиска нужной информации; отсутствие платного контента, за исключением возможности оформления платной подписки на печатную версию издания; использование мультимедийных технологий, заключающееся в создании графических макетов, размещении фото и видео на портале; наличие способов взаимодействия с аудиторией и получения обратной связи в формате комментариев к материалам; наличие основного показателя эффективности СМИ – посещаемости сайта, которая может быть открыта для просмотра или скрыта от посторонних глаз; наличие мультимедийной рекламы и высокая частота обновления интернет-ресурса. Новое для региональной журналистики явление онлайн-версий печатных средств массовой информации активно развивается, открывая новые перспективы работы редакций.

#### **Список использованных источников:**

1. Вартанова, Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е. Л. Вартанова. – 2-е изд., испр. – Москва : МедиаМир, 2014. – 277 с.
2. Волков, Д., Гончаров С. Российский медиаландшафт: телевидение, пресса, Интернет. 2014. Июнь. URL: [http://www.levada.ru/sites/default/files/levada\\_report\\_media\\_0\\_0.pdf](http://www.levada.ru/sites/default/files/levada_report_media_0_0.pdf) (дата обращения: 11.02.2020).
3. BE1.RU Проверка посещаемости любого сайта. URL: [http://go.mail.ru/redirect?type=sr&redir=eJzLKCKpKLBs109KNdQrKtVnYDA0tTC0MDQxM7ZkeBKz3E1A-t1q7vOP-1\\_12ssDADDIDyc&src=2e462f2&via\\_page=1&user\\_type=39&oqid](http://go.mail.ru/redirect?type=sr&redir=eJzLKCKpKLBs109KNdQrKtVnYDA0tTC0MDQxM7ZkeBKz3E1A-t1q7vOP-1_12ssDADDIDyc&src=2e462f2&via_page=1&user_type=39&oqid) (дата обращения: 11.02.2020).

4. Овчаренко, В. А. Бабкина, Е.С., Продвижения контента СМИ в сети Интернет: основные подходы онлайн-маркетинга // Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона: сб. науч. ст. по материал. II Международной студенческой научно-практической заочной конференции «Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона» (20 января 2018 г.) отв. ред. доц. Л. В. Чередниченко. – Хабаровск : Изд-во Тихо-океан. гос. ун-та, 2018. – С. 159-167.

5. Темникова, К. В., Бабкина Е. С. ЗАО «Редакция “Тихоокеанская звезда”»: история, современное состояние и перспективы развития // Материалы секционных заседаний 55-й студенческой научно-технической конференции ТОГУ. – Хабаровск : Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2015. – С. 381 – 385.



УДК 811.111:378.147

DOI 10.24411/2409-3203-2019-11054

## **ВНЕДРЕНИЕ МОДЕЛЕЙ МЕЖПРЕДМЕТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НА ЗАНЯТИЯХ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ**

**Ульяновская Ирина Станиславовна**

старший преподаватель кафедры иностранных языков  
ФГБОУ ВО Тихоокеанский государственный университет  
Россия, г.Хабаровск,

**Аннотация.** В статье рассматривается роль междисциплинарных связей при обучении иностранному языку. Автор определяет проблемы внедрения межпредметных связей и их причины, а также представляет наиболее эффективные формы и методы обучения на практических занятиях по английскому языку с целью совершенствования моделей межпредметного взаимодействия и внедрения принципов междисциплинарного обучения. Автор приводит примеры практического внедрения моделей междисциплинарных отношений на примерах использования новых форм, средств и методов интерактивной деятельности с учетом перечня и очередности предметов, изучаемых на русском языке. Статья может быть полезна преподавателям при разработке учебно-методических материалов.

**Ключевые слова.** Междисциплинарные связи, межпредметное взаимодействие, ролевая игра, профессиональная деятельность, единство образовательной программы, развитие профессионально-ориентированной языковой компетенции.

## **THE INTRODUCTION OF INTERDISCIPLINARY INTERACTION MODELS IN THE ENGLISH CLASSROOM**

**Ulyanovskaya Irina S.**

senior lecturer, the Department of Foreign Languages  
Pacific National University  
Russia, the city of Khabarovsk