

СПЕЦИФИКА ОБЛАСТНЫХ ГАЗЕТ УЗБЕКИСТАНА В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

**К.Ф.Исмаилова, доцент факультета международной журналистики
УзГУМЯ**

Сегодня, думается, никто не будет оспаривать тот факт, что Интернет перестал быть просто технологической новинкой, он коренным образом изменил многие сферы нашей действительности. Как справедливо заметил, российский исследователь А. Гарматин, «сеть Интернет как важнейшее достояние постиндустриального общества стала не просто дополнением к имеющейся технологической базе, но открыла для СМИ новую медиасреду»¹. Сегодня Интернет является благодатной средой для эффективного осуществления массовой коммуникации, в первую очередь, благодаря своим уникальным возможностям представления информации - мультимедийности, интерактивности и гипертекстуальности. Одним из видов такой коммуникации является местная пресса в Интернете, открывающая новые возможности для журналистской деятельности, обогащения информационной среды людей, проживающих в регионах. Областные и районные газеты считаются устойчивым, общепризнанным и исторически сложившимся типом изданий. Кроме того, они являются лидером среди изданий Узбекистана, кому отдают предпочтение читатели и чьи тиражи остаются одними из самых массовых. Поэтому не удивительно, что областные печатные издания в стремлении «идти в ногу со временем» пытаются освоить интернет-пространство.

Что же собой представляют электронные версии областных газет Узбекистана сегодня? В качестве объектов нами были проанализированы электронные версии газет «Бухоронома», «Zarafshon» и «Ферганская правда». Изучение сайтов прессы Бухарской, Самаркандской и Ферганской областей показало, что их рубрикация дублирует рубрикацию издания. Количество рубрик в он-лайн изданиях варьируется в рамках 10-15ти и, как правило, на нем размещается не более 50% контента печатного СМИ. Количество выкладываемых материалов каждой рубрики не превышает 5. В основном их отличает лишь иная форма подачи текстов, наличие архива газеты, раздела обратной связи, который позволяет зарегистрированным пользователям

¹ Гарматин А.А. Интернет-вещание в системе СМИ: особенности и принципы функционирования / А.А. Гарматин // Вестник ВГУ. 2004. - Сер. Филология. Журналистика. - №2. - С. 14.

оставить комментарий, вопрос или жалобу. Иногда на сайте в рамках самостоятельного раздела помещают фотоматериалы, объявления, материалы, которые по различным причинам в полном объеме не были опубликованы в газете.

Оценивая сайты областных газет Узбекистана по параметру обновления информации, мы пришли к выводу, что большинство электронных версий изданий в лучшем случае обновляются лишь раз в неделю. Так, на сайтах газет «Бухоронома», «Zarafshon» в подкаталоге «Архив» последние публикации датируются началом декабря минувшего года². В разделах «Новости» помещены информационные сообщения недельной давности. Подобную ситуацию можно объяснить как ограниченностью информационного поля, так и нехваткой специалистов по сопровождению интернет-ресурсов. Вместе с тем, как показывает опыт функционирования местной прессы ведущих стран мира в Интернет-пространстве, регулярное обновление тематическим, уникальным материалом способствует увеличению виртуальных читателей газеты и росту их интереса к он-лайн изданию.

Малозффективными, на наш взгляд, являются и промо-разделы электронных СМИ, рубрикация которых состоит из фотогалереи, объявлений информации о редакции газеты и ее партнерах. В некоторых он-лайн изданиях, таких, например, как «Бухоронома», «Ферганская правда» вообще отсутствует какая-либо информация о газете, ее редколлегии, акциях.

Говоря о структуре сайтов областных газет республики, следует отметить, что большинство из них имеют одну рубрику обратной связи, однако, на наш взгляд, разнообразие форм интерактивности предоставляет пользователям больше возможностей для обращения к сайту газеты, стимулирует их активность в качестве комментаторов событий и авторов сообщений. Доминирование таких разделов³ повышает значимость читателей, поддерживает их участие в обсуждении актуальных событий, позволяет оперативно корректировать тематику издания, формы подачи материалов в соответствии с потребностями аудитории.

Немаловажным параметром является наличие поисковой системы внутри электронной версии газеты. Поисковые системы упрощают доступ к информации, помогают понять логическое расположение информации – в меню, в основном тексте, в нижней части страницы и т.д. Для читателей важно смысловое соответствие между информационным запросом и полученным сообщением. Как показало наше исследование, в большинстве рассмотренных нами изданий поисковая система имеется, но не везде поисковый запрос соответствует поисковому образу документа. Поэтому, представляется важным

² Мониторинг проводился в период с 6 по 20 января 2014 г.

³ См., напр.: разделы «Обратная связь», «Актуально», «Опрос» и др. электронной версии газеты «Zarafshon»

особое значение придавать как релевантности результатов поисковых запросов, так и релевантности контента.

Анализируя электронные версии областных изданий с точки зрения дизайна, нужно отметить, что большинство из них не стремятся полностью придерживаться внешнего вида полиграфического варианта. Оставляя лишь некоторые элементы (цветовую гамму, логотип и т.п.) они меняют либо композицию шапки издания, либо его “низ” и тем самым достигают некоторой новизны в восприятии именно электронного варианта газеты. Отрадным явлением следует считать то, что многие электронные версии областных газет состоят из трех видов контента в равных долях: текстового, графического, мультимедийного. Некоторые из них используют так называемое «сезонное» оформление. Так, в газете «Zarafshon» в исследуемый нами период на главной странице применены анимационные эффекты в виде снежинок.

Говоря о специфике областных газет Узбекистана в Интернет – пространстве, можно сделать вывод о том, что он-лайн версии газет еще существенно отстают от печатных изданий. В ряду причин такого положения дел можно назвать недостаточность материальных ресурсов, которые необходимы редакции для создания, поддержки и обновления электронной версии. Существенной проблемой является и нехватка квалифицированных специалистов в области ИКТ. Тем не менее, как показало исследование, у редакций хватает финансовых средств на размещение рекламных материалов, причем формы их представления на сайтах газет день ото дня совершенствуются, радуя пользователей не только своим разнообразием, но и качеством исполнения.

В заключение, хотелось бы отметить, что сегодня уже недостаточно осознавать богатство ресурсов Интернет, которые позволяют электронным газетам предоставлять множество новых сервисов и услуг, которыми не обладают традиционные газеты. Это и полный архив прошлых номеров газеты, и возможность поиска по базе частных объявлений, и гиперссылки на различные источники, и качественно новая площадка для размещения рекламы, и читательская конференция, и переписка между читателями и редакторами. Сегодня для СМИ важно, и подчеркиваю, выгодно в полной мере использовать широкие возможности Сети, не только для расширения контингента читателей, но и для оптимизации своей деятельности.