

**И. И. Карпенко**

*Белгородский государственный университет*

## **ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИЙ ПЕЧАТНЫХ СМИ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ АНО «ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ “МИР БЕЛОГОРЬЯ”»**

Проблема качества интернет-версий печатных изданий является одной из основных в развитии Издательского дома «Мир Белогорья». Для повышения конкурентоспособности в интернет-пространстве холдинг проводит ряд преобразований.

**Ключевые слова:** медиахолдинг, издательский дом, «Мир Белогорья», печатные СМИ.

Образование медиахолдингов является на сегодняшний день ответом на рыночные стандарты функционирования СМИ. Целью подобных объединений может выступать завоевание новых секторов медийного или смежного рынка и/или снижение издержек на производство медиапродукции. Нередки случаи, когда вхождение в холдинговую структуру является единственным возможным для редакции вариантом, выступающим альтернативой ликвидации СМИ.

Реформирование государственных средств массовой информации Белгородской области проводится поэтапно по нескольким смежным направлениям: выработка тиражной политики, уточнение целевой аудитории и оптимальной периодичности, пересмотр устаревшей композиционно-графической модели газет и качества контента, анализ и пересмотр качества интернет-версий печатных изданий, проблема низких коммерческих доходов, проблемы мотивации персонала и высококвалифицированных кадровых ресурсов.

Остановимся на одном из этих направлений – *проблеме качества интернет-версий печатных изданий.*

Данная проблема напрямую связана с переходом к информационному обществу, который актуализировал необходимость создания интернет-версий периодических изданий с целью привлечения дополнительной аудитории. На момент, когда принималось решение об изменении системы муниципальных белгородских СМИ и объединения части из них в медиахолдинг, сайты областных изданий были созданы по большей части на любительском уровне и имели устаревший и непривлекательный дизайн, отличались нерегулярной обновляемостью и, как следствие, низкой посещаемостью. В ряду других причин можно назвать отсутствие усилий по информированию аудитории о существовании онлайн-версий газет; отсутствие у сотрудников печатных СМИ компетенций в сфере интернет-журналистики; отсутствие усилий по продвижению сайтов в поисковых системах, интернет-каталогах и социальных сетях; нестабильное и несвоевременное обновление контента сайтов; нефункционирующие разделы отдельных сайтов.

С целью решения этой проблемы новообразованный медиахолдинг занялся активным продвижением своих изданий в сети Интернет, проведя для этого ряд преобразований:

1) был осуществлен мониторинг и предприняты меры по оптимизации интернет-ресурсов для поисковых систем и регистрации имеющихся сайтов газет в каталогах интернет-ресурсов;

2) были предприняты меры по продвижению продукции ИД «Мира Белогорья» в социальных медиа: блогах, социальных сетях, сервисах микроблогов и т. д.;

3) следующим шагом стало создание единого портала для изданий, входящих в медиахолдинг. Таким сайтом сегодня является [belpressa.ru](http://belpressa.ru), объединяющий четыре издания: три газеты («Белгородские известия», «Смена» и «Белгородская правда») и два журнала («ОнОнас» и «Большая переменка»). Фактически сам сайт является пятым самостоятельным СМИ в структуре медиахолдинга — интернет-СМИ;

4) была создана мультимедийная редакция при сайте «БелПресса», которая занимается не только контент-менеджментом, но и создает мультимедийные продукты, которые находят применение и в печатных СМИ холдинга, в их числе инфографика.

О промежуточных результатах популяризации интернет-проектов издательского дома «Мир Белогорья» можно судить по его достижениям. В 2015 году интернет-ресурс журнала «Большая переменка» стал лучшим детским журналом. Приз был присужден в рамках Всероссийского фестиваля «Волшебное слово». Полагаем интересным и показательным можно считать тот факт, что сайт «Большой переменки» был запущен семью месяцами ранее названного фестиваля. Этот успех может наглядно продемонстрировать ответственный и хорошо продуманный подход в стратегии создания и продвижения данного интернет-ресурса в Сети, а также результативную стимуляцию онлайн-активности периодических изданий медиахолдинга.

**I. I. Karpenko**

*Belgorod National Research University*

#### **THE PROBLEM OF QUALITY OF PRINT MEDIA'S ONLINE VERSIONS AS ONE OF THE DIRECTIONS OF THE STRATEGY OF CREATING THE PUBLISHING HOUSE "MIR BELOGORIYA"**

The problem of quality of print media's online versions is a fundamental principle in the development of the publishing house "Mir Belogoriya". To increase competitiveness in the Internet space the company holds a number of reforms.

**Keywords:** media holding, publishing house, "Mir Belogoriya", print media.

**Ю. А. Луговая**

*Казанский (Приволжский) федеральный университет*

#### **«ЧЕЛНИНСКИЕ ИЗВЕСТИЯ»: ОТ ПЕЧАТНОГО ИЗДАНИЯ К УСПЕШНОМУ ИНФОРМАЦИОННОМУ САЙТУ**

Публикация посвящена анализу факторов, повлиявших на становление и развитие электронной версии газеты «Челнинские известия» как самостоятельного информационного интернет-ресурса.

**Ключевые слова:** местная газета, онлайн-версия печатного издания, информационный сайт.