

УДК 654.19(4/9); 002.2(4/9) (004.738.5)

**Пермские интернет-СМИ:
структурно-содержательная и функциональная специфика**

Пустовалов Алексей Васильевич

к. филол. н., доцент кафедры журналистики

Пермский государственный университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. theyareeverywhere@gmail.com

Мокрушина Елена Валерьевна

аспирант кафедры журналистики

Пермский государственный университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. elena.mokrushina@gmail.com

№603_70410

Данная публикация посвящена исследованию пермских интернет-СМИ – новостных порталов, не имеющих оффлайновых аналогов: *prm.ru*, *59.ru*, *propert.ru*, а также *perm.kp.ru* и *newspert.ru*. Цель статьи – выявить ниши для создания нового новостного веб-ресурса.

1. Критерии исследования рынка интернет-СМИ

В рамках данной работы мы рассматриваем интернет-СМИ как отдельные самостоятельные новостные медиапроекты, а не онлайн-версии традиционных СМИ. С этой точки зрения проведём анализ рынка пермских интернет-изданий, что необходимо для определения общей ситуации на рынке, структуры рынка и свободных ниш. Данные, полученные в ходе исследования, помогут в разработке концепции интернет-СМИ, а также в разработке рекламной кампании СМИ с наименьшими затратами и наибольшей эффективностью.

Задачи исследования рынка пермских интернет-СМИ:

- узнать объём рынка;
- узнать структуру рынка;
- провести анализ рыночных трендов;
- выявить потенциальную аудиторию;
- сбор данных о конкурентах ^[1].

Объём рынка – это измеренный в конкретный момент времени объём продаж товаров или услуг на конкретной территории. В случае с интернет-СМИ учитывается также уровень аудитории.

Объём рынка позволяет компании определить свою долю на рынке. Доля рынка – это мера размера и успеха продукта на рынке (доля более 25% – уже монополия). Понятие «доли рынка» входит в понятие «структуры рынка». Структура рынка – основные характерные черты рынка, в число которых входят: количество и размеры представленных на рынке фирм, степень, в которой товары разных фирм схожи между собой; легкость входа и выхода с конкретного рынка; доступность рыночной информации [2].

Анализ рыночных трендов позволяет изучить качественные и количественные изменения, происходящие во времени, понять и спрогнозировать изменения во всех компонентах комплекса маркетинга.

Одной из задач исследования рынка пермских интернет-СМИ является выявление потенциальной аудитории. То есть выявление фокус-группы, потребности которой данное интернет-издание может удовлетворить. Глубокое знание потребностей потенциального клиента поможет «внести изменения в сам продукт, оптимизировать каналы продвижения и рекламную стратегию, то есть скорректировать все компоненты комплекса маркетинга» [1].

Сбор данных необходим для представления сильных и слабых сторон конкурентов на рынке.

Маркетинговые исследования рынка направлены на изучение рынка с целью определить долю продукта на рынке. В нашем случае продукт – это

интернет-СМИ, и исследование будет проводиться по аудиторным показателям и уровню контента.

В ходе проведения исследования пермских интернет-СМИ нам понадобится чёткая типология. Исследователи расходятся во мнениях на этот счёт. Наиболее полезной для нас оказалась типология интернет-СМИ, разработанная О. В. Шагаловой в работе «Интернет-СМИ Пермского края: типология и описание». В качестве основы взят характер контента:

1. Интернет-дайджест (сборка новостей или статей с других источников)
2. Информационное интернет-СМИ (по большей части собственная информация)
 - Информационное агентство
 - Сетевая версия "оффлайнового" СМИ
 - СМИ, выходящее только в интернете (интернет-журнал, интернет-газета)
 - Портал, представляющий какую-либо организацию, компанию [3].

В соответствии с задачами исследования рынка и типологией интернет-СМИ выработаем критерии исследования каждого СМИ – участника рынка:

1. Тип интернет-СМИ
2. Основные рубрики и жанры
3. Качество оформления сайта (дизайн, юзабилити)
4. Учредители, владельцы, история появления
5. Частота обновления
6. Посещаемость (среднесуточная посещаемость за месяц – посетители и просмотры, ядро, самые посещаемые разделы)
7. Качество размещаемых материалов
8. Характер общения с аудиторией (интерактивность).
9. Продвижение сайта
10. Использование на сайте новых технологий.

Выработав критерии исследования, проанализируем наиболее крупных игроков рынка интернет-СМИ в Перми: *prm.ru*, *59.ru*, *properm.ru*, а также *perm.kp.ru* и *newsperm.ru*.

2. Исследование рынка пермских интернет-СМИ по выработанным критериям

2.1. PRM.RU

PRM.RU позиционирует себя как информационно-сервисный портал, предлагающий посетителям актуальные и значимые новости Перми, страны и мира и необходимые интернет-сервисы. По типу мы отнесём его к «СМИ, выходящему только в интернете».

Основные разделы сайта:

- Новости
- «Пермский автопортал»
- Портал «Недвижимость в Перми»
- Сервис «Погода в Перми»
- Портал «Пермская Афиша»
- Сервис «Работа в Перми»
- Пермский медицинский портал
- Сервис «Знакомства в Перми»
- Сервис «Поиск в сети Интернет»
- Сервис «Отправка SMS»
- Сервис «Карта Перми»
- Пермский медицинский форум
- Сервис «Он-лайн конференции»
- Портал «Игры он-лайн»
- Сервис «Почта@PRM.RU»
- Проект «Требуется мама»
- Портал «Фото в Перми»

С точки зрения юзабилити сайт удобен для пользователя. У него понятная навигация, чёткое разделение по разделам, спокойное оформление.

Домен *prm.ru* появился в 2001 году и долгое время использовался как поддомен для размещения других порталов – например, *rabota.prm.ru*. На главной странице висело стандартное объявление о цене хостинга, услугах «Дата-Арта» [4]. С 2006 года *prm.ru* – это не просто сообщество поддоменов, а полноценный интернет-портал. 31 августа 2007 года *prm.ru* получил свидетельство о регистрации средства массовой информации.

Портал обновляется ежедневно и круглосуточно. В среднем в день появляется порядка 40 сообщений на главной странице сайта.

Сумма уникальных посетителей по все порталам и сервисам *prm.ru* за май 2011 года составляет 27313. На них просмотров – 123057. За май было просмотрено более 3 млн страниц, портал посетило более 500 тысяч уникальных посетителей. Примерная глубина просмотра составляет 6,6.

В части контента основной жанр портала – это новости. Частота появления региональных новостей: 8-10 в день. Новости не эксклюзивные, без оригинальных комментариев и мнений сторон. Мировые новости – так называемый «копипаст» с федеральных порталов: *Lenta.ru*, *РБК*, *gazeta.ru* и др.

Авторские жанры (колонка, эссе) на портале практически не представлены. Исключение составляют рубрики «Интеллигентный звонок» и «Злободневные записки». «Интеллигентный звонок» – серия эссе на общую тему культурной политики в Перми. Рубрика не пополняется с 2008 года. «Злободневные записки» – серия материалов, в котором высказывается точка зрения журналиста на злободневную проблему. Рубрика не пополняется с 2010 года.

Интерактивность в редакционной части портала отсутствует – нет комментариев, нет форума. Единственный способ обратной связи на сайте – это контактные данные.

Продвижение сайта осуществляется при помощи:

– наружной рекламы;

- поисковой оптимизации (SEO)
- индексирования поисковыми системами
- кросс-промо с интернет-проектами.

Портал *prtm.ru* не использует для продвижения социальные сети. На страницах сайта отсутствует сервис «поделиться» (сервис используется интернет-СМИ для удобства перепоста понравившегося сообщения в социальную сеть).

Основным достижением портала на рынке можно назвать объединение множества тематических проектов и сервисов. Проекты и сервисы предлагают посетителю услугу, а не информацию. Посетитель может выбрать необходимый ему товар, просмотреть афишу мероприятий, найти работу. Это полезно для аудиторных показателей портала: увеличивается посещаемость и глубина просмотра (так как посетитель просматривает несколько объявлений).

2.2. 59.RU

59.ru позиционирует себя как портал, рассказывающий «всё о жизни города в режиме онлайн».

Структура сайта: блок новостей, «Город онлайн», а также тематические проекты по различным отраслям бизнеса: финансы, авто, недвижимость, развлечения, медицина.

Сайт удобен для пользователя. У него понятная навигация, чёткое разделение по разделам, динамичное оформление (обилие flash-баннеров, мелькающих анонсов). Последнее конкуренты портала склонны считать недостатком дизайна.

ООО «Информационная группа 59» входит в группу компаний RUgion. Группа компаний существует на рынке с 1996 года, сейчас в её состав входят около 100 сайтов по всей стране.

Портал *59.ru* обновляется ежедневно и круглосуточно. Ежедневно на сайте появляется порядка 20 новостей (основная часть – эксклюзивные), 5 видеосюжетов, а также как минимум по 1 публикации в каждом разделе.

Среднесуточная посещаемость ресурса за май 2011 года [5] – 21 тысяча уникальных посетителей, 232 тысячи просмотров. Ядро аудитории – порядка 10 тысяч посетителей в день. Самые посещаемые разделы: авто, недвижимость, афиша, финансы.

Все материалы сайта эксклюзивные. Каждая публикация сопровождается большим количеством экспертных мнений.

Отличительной чертой портала является высокий уровень интерактивности. «Аудитории предоставляется уникальная возможность высказать свою точку зрения практически по любому вопросу: начиная с собственной оценки деятельности мэра и заканчивая обсуждением поста ГАИ или развлекательного заведения, – говорит Верясов. – И о мнении людей, благодаря нашим сайтам, узнают и мэр, и руководство ГАИ, и хозяева кофейен. Зная настроение общества, они могут регулировать свой курс в политике и в бизнесе» [6].

Интерактивность ресурса реализуется при помощи таких сервисов, как форум, комментарии, возможность быстрого перепоста во все социальные сети, онлайн-конференции, онлайн-консультации, обратная связь, а также возможность выйти напрямую на любого сотрудника сайта (контакты указаны в рубрике «Команда»).

Продвижение сайта осуществляется при помощи:

- наружной рекламы;
- поисковой оптимизации (SEO)
- индексирования поисковыми системами
- кросс-промо с интернет-проектами
- внешние мероприятия (круглые столы, онлайн-конференции с привлечением журналистов других СМИ, конкурсы, фотокубок и др.)

Из используемых современных технологий на сайте можно обозначить следующие: «Радио онлайн», «Карта Перми», «Почта», мобильная версия сайта. По аналогии с rtm, портал объединяет в себе комплекс тематических

проектов, которые предоставляют посетителю, в первую очередь, услугу, а не информацию: «Работа», разделы объявлений в рубриках «Авто» и «Недвижимость».

2.3. PROPERM.RU

Properm.ru позиционирует себя как «современный портал о Перми». Согласно принятой нами типологии, он относится к типу интернет-газет.

По структуре сайт состоит из нескольких разделов, в числе которых: «Новости», «Недвижимость», «Работа», «Авто», «Бизнес» и др. На сайте присутствует рубрика «Авторские колонки» – отклик экспертов в своей области на значимые события». Также *properm.ru* активно внедряет элементы социальных сетей в структуру городского портала – раздел «Я на properm», в состав которого входят возможности загрузки фотографий, видеозаписей, создания собственных групп и др.

С точки зрения дизайна примечателен объем главной страницы сайта. У *properm.ru* он небольшой, благодаря чему величина вертикальной прокрутки сайта также небольшая. В данном случае *properm.ru* находится в более выигрышном положении по сравнению *59.ru*. Количество рубрик у двух сайтов совпадает, но вопрос анонсирования рубрик на главной странице сайта они решают по-разному. *59.ru* размещает блок каждой рубрики на главной странице сайта, что увеличивает величину вертикальной прокрутки. А *properm.ru* использует для этой цели выпадающее меню, что для интернет-пользователя является более удобным.

«По всей видимости, такова тенденция, что качественные пермские сайты организуют крупные пермские веб-дизайнерские конторы. Мы предполагаем, что эти компании по долгу службы хорошо разбираются в местном сетевом рынке и видят его перспективы, а потому предпочитают вкладывать в новые проекты «пермнета». Вот и *Properm.ru* – портал, созданный при участии двух компаний по разработке сайтов – «Реактива» и «Инсайта» [7].

Сайт обновляется ежедневно. В среднем, на портале появляется порядка 15 новостей в день в основной ленте новостей и от 2 до 10 новостей в день – в каждом разделе. Кроме того, формированию контента портала способствуют и сами читатели благодаря разделу «Я на properm», куда активно добавляют свои фотографии, видеоролики и блоги.

Среднесуточная посещаемость портала по итогам мая 2011 года составила 13 тысяч посетителей, 50 тысяч просмотров. Ядро аудитории – около 1300 посетителей.

На уровне отбора информации для публикации выбираются достаточно интересные темы, которые впоследствии активно обсуждаются посетителями. Например: «В Перми пройдет Шествие пододеяльников», «Непогода превратила центр Перми в Венецию», «Ответом года на ЕГЭ стало признание «Я дура» и др. Однако сами сообщения неэксклюзивные, зачастую – переписанные новости федеральных и региональных СМИ, а также переписанные пресс-релизы. Авторские колонки, размещенные на *properm.ru*, отличаются эксклюзивностью и особым (по сравнению с 59.ru) методом подачи экспертного мнения – от первого лица.

Прочитав мнение эксперта в его авторской колонке, любой посетитель сайта сможет затем высказать собственное мнение по данному вопросу в комментариях к публикации. Сервис доступен применительно ко всем редакционным материалам. Интерактивность на *properm.ru* выражается не только через комментирование публикаций, но и благодаря использованию на сайте элементов социальных сетей – раздел «Я на properm». Также в разделах есть обращение к читателям, активно призывающее к обратной связи: «Вы можете отправить свои новости Перми нашим редакторам. Самые интересные из них будут опубликованы на портале». Ниже сообщения указан адрес электронной почты редакции. Контактные данные имеются также на странице сайта «О проекте».

Продвижение сайта осуществляется в нескольких направлениях. Основной способ продвижения – крупнейший городской форум *teron.ru*, вместе с которым портал *propert.ru* входит в компанию «Промедиа». *Propert.ru* использует кросс-промо не только с родственным форумом, но и с другими площадками. Портал использует наружную щитовую рекламу для продвижения как самого ресурса, так и для тематических рубрик. Также портал активно прибегает к помощи поисковой оптимизации (SEO). Главные новости сайта индексируются поисковыми системами. Активно работает продвижение в социальных сетях (*Vkontakte.ru*, *Facebook.com*, *Twitter.com*).

Из числа новых технологий, используемых на сайте, можно назвать возможность прямой связи посетителя со службой техподдержки сайта, если у посетителя возникают проблемы с работой ресурса. В некоторых разделах имеется так называемый «калькулятор» – программа, позволяющая произвести вычисления в режиме онлайн. Например, в разделе «Недвижимость» посетитель может подобрать себе ипотеку в зависимости от первоначального взноса и стоимости объекта. Среди технологий, используемых на сайте, хотелось бы отметить возможность загрузки изображений и видеороликов любым пользователем.

2.4. NEWSPERM.RU

Данный портал появился на рынке пермских интернет-СМИ недавно, его слоган-подзаголовок «Новости Перми». С точки зрения нашей типологии портал является интернет-газетой.

Основным жанром портала являются информационные, преимущество отдаётся заметкам. Данный факт подтверждает и название сайта – *news perm*. Основные рубрики сайта: «Власть и общество», «Экономика и бизнес», «Финансы», «Промышленность», «Культура» и др.

Кроме изначально неверно выбранного названия для сайта, у него масса недостатков. Во-первых, излишне крупный в размерах и непонятный с точки зрения пользователя логотип. Во-вторых, большая вертикальная прокрутка, что

является необоснованным – в разделах сайта публикуются исключительно новости. Непонятно, почему сообщения двухмесячной давности не уходят в архив, а до сих пор находятся на главной странице раздела. Непонятным для пользователя является принцип действия центрального блока, который состоит из четырёх раздвигающихся окон.

В связи с тем, что портал появился на пермском рынке интернет-СМИ только в прошлом году, пока его посещаемость невелика – около 1,5 тысяч посетителей среднесуточно. Более подробная статистика находится в закрытом доступе. Вместе с тем, филиал портала появился в Екатеринбурге – newsekat.ru. Однако пока посещаемость дочернего портала не превышает нескольких сотен человек.

Судя по количеству и качеству контента сайта newspert.ru, пока в портал делаются крупные вложения. Контент обновляется ежедневно – каждый день на сайте появляется порядка 20 заметок. За первую неделю июня в различных разделах сайта появилось 4 фоторепортажа и 8 видеосюжетов.

Качество видеосюжетов вызывает сомнения – портал выкладывает зачастую 10-15-минутные ролики с пресс-конференций, совещаний, круглых столов. При условии отсутствия закадрового голоса, перемены места действия и действующих лиц видео посетителю неинтересно, внимание быстро теряется.

На сайте присутствуют как эксклюзивные информационные заметки, так и неэксклюзивные. На данный момент аналитические материалы практически отсутствуют. Последняя публикация датируется 21 апреля.

Интерактивность на сайте newspert.ru представлена слабо, так как возможность комментирования на сайте отсутствует. Зато имеется возможность комментировать сообщения сайта через аккаунты в социальных сетях и возможность перепоста всё в тех же социальных сетях. Зато на сайте присутствует свой форум, на котором зарегистрировано всего 109 пользователей. Соответственно, и обсуждения не такие активные, как на

форумах крупных городских порталов (*59.ru*, *properm.ru*). Имеются контактные данные редакции.

Продвижение сайта осуществляется через социальные сети, кросс-промо с различными внешними мероприятиями, проводимыми в городе.

В числе технологий, используемых на сайте, хотелось бы отметить возможность подписаться на новости. Также на сайте присутствует раздел «сервисы» – сайт предлагает справочник вакансий и резюме в Перми, а также справочник туров от различных туристических компаний Прикамья.

2.5. PERM.KP.RU

Perm.kp.ru – это интернет-сайт газеты «КП в Перми». По типу он относится к сетевым версиям оффлайн-СМИ. Среди выбранных для анализа пермских интернет-СМИ *perm.kp.ru* – первое, которое имеет бумажную версию.

Структура сайта построена таким образом, что не сразу понятно, где размещён московский контент, а где – пермский. Основными рубриками являются лента новостей, основу которой составляют криминал и происшествия, и центральный блок (самые яркие редакционные материалы). На сайте присутствует рубрика «Афиша», «ТВ» и «Авто».

Обнаружить на сайте две последние рубрики практически невозможно. Отчасти это связано и неудобным дизайном. На уровне юзабилити сайт развит слабо. Во-первых, очень большая вертикальная прокрутка сайта – все материалы и рубрики выкладываются на главной странице портала. Во-вторых, главная страница сайта свёрстана в 4 колонки, расстояние между которыми невелико, что создаёт ощущение тесноты на сайте.

Сайт создан как поддомен на основе московской площадки – *kp.ru*, это ставит его в зависимость от московского портала.

В день на сайте появляется порядка 15-20 заметок в ленте новостей и от двух до четырёх более крупных по объёму материалов.

Среднесуточная посещаемость *perm.kp.ru* за май – 2667 посетителей в сутки, из них только 39% – пермяки. Ядро – порядка 400 посетителей. Самыми посещаемыми разделами являются:

– лента новостей, так как новости агрегируются поисковыми системами, благодаря чему на сайт приходят новые посетители, увидевшие новость в новостном агрегаторе;

– происшествия, также благодаря поисковому трафику.

Все материалы *perm.kp.ru* эксклюзивные. *Perm.kp.ru* следует примеру газеты и размещает «горячие» материалы, который вызовут отклик у читателя, однако такие материалы не всегда основаны на проверенной информации. В соответствии с размещаемой информацией формируется и аудитория портала: мужчины старше 45 лет.

Интерактивность на сайте реализуется благодаря возможности комментирования публикаций. Также на сайте присутствуют рубрики, построенные на принципе интерактивности: онлайн-конференции, «Гости КП» (читатель задаёт вопрос – гость отвечает), «Блоги читателей». Также на сайте имеется возможность перепостить сообщение в социальной сети.

Продвижение сайта осуществляется за счёт:

– анонсирования в газете «КП в Перми»;

– структуры группы сайтов «КП»: регион пользователя определяется автоматически, если он заходит на сайт *kp.ru*. В этом случае ему предлагается пермская лента новостей и основные пермские публикации на главной странице сайта.

Большим конкурентным преимуществом сайта *perm.kp.ru* является активное использование новых технологий: «Пермь в 3D», «Интернет-журналы», и бесплатные сервисы (отправить SMS, игры, калькулятор ОСАГО, калькулятор ЖКХ и др.) Первые два проекта являются пермскими, а бесплатные сервисы базируются на московской площадке.

3. Обозначение занятых ниш на рынке пермских интернет-СМИ.

Мы провели исследование рынка пермских интернет-СМИ по важным критериям. Проанализируем полученные данные с целью выделить занятые «ниши» на рынке. Это поможет нам выработать оптимальную концепцию для сайта perm.aif.ru.

59.ru, *properm.ru*, *prm.ru* работают в нише крупных городских порталов – данный вывод был сделан на основе данных по посещаемости ресурсов, а также на основе данных по качеству и количеству контента. Посетителей на данные сайты привлекает не только информация о жизни города, но и предоставляемые услуги: бесплатные сервисы, объявления, каталоги. На всех перечисленных выше порталах на достойном уровне развиты тематические проекты (Авто, Недвижимость, Афиша и др.): они наполняются информационными публикациями по заданной теме, полезной информацией и объявлениями.

Аудитория *59.ru* – мужчины и женщины старше 25 лет с высшим образованием и доходом выше среднего [8]. Портал рассчитан на деловую активную среду города Перми. Согласно данным *Rambler mon 100* [8], охват региональной аудитории составляет 4% (от общего количества всех посещений всех сайтов рунета).

Аудитория *properm.ru* – молодые активные пермяки (возраст – от 20 лет), желающие получать информацию быстро и качественно в удобном для них варианте. Посетители сайта желают не только узнавать информацию, но и делиться новостями из своей жизни с другими пользователями. Согласно данным *webomer.ru*, охват региональной аудитории составляет 2,78%.

Аудитория *prm.ru* – социально активные люди в возрасте от 20 до 45 лет, проживающие в Пермском крае и за его пределами. Аудитория, которую отличает высокий профессиональный статус и благополучие, охвачена практически на 100 процентов. Согласно данным *webomer.ru*, охват региональной аудитории составляет 2,03%.

Ниша городских порталов в пермском интернет-пространстве укомплектована тремя ведущими СМИ. Они ориентированы на разные аудитории, что помогает избежать жёсткой конкурентной борьбы.

Молодой пермский сайт *newspert.ru* ориентирован, в первую очередь, на деловую аудиторию сети. Используя полезные сервисы (каталоги), он претендует в будущем на роль ещё одного крупного городского портала, однако пока посещаемость портала держится на уровне интернет-аналогов деловых СМИ ("Business class", "Новый компаньон") – 1,5 тыс. посетителей в день. Вместе с тем пока сайт не достиг уровня пермских деловых СМИ по причине отсутствия аналитических материалов. Согласно данным *webomer.ru*, охват региональной аудитории составляет 0,3%.

Perm.kp.ru рассчитывает, в основном, на поисковый трафик. То есть аудиторию, которая перешла на яркие кричащие заголовки с новостных агрегаторов. Региональная аудитория данного интернет-СМИ – около 40% от общего количества посетителей сайта. Частыми посетителями являются мужчины старше 45 лет [9]. Согласно данным *webomer.ru*, охват региональной аудитории составляет 0,31%. Аудитория сайта совпадает с аудиторией газеты – это мужчины и женщины старше 30 лет с образованием выше среднего и средним доходом.

Деловой сегмент пермнета поделен между аналогами деловых газет "Business class" и "Новый компаньон", молодым интернет-СМИ *Newspert.ru* и отчасти – городским порталом *59.ru*.

В нише массовых интернет-СМИ находится *perm.kp.ru*, привлекающий посетителей за счёт криминальных новостей, ярких заголовков и эксклюзивного контента.

Делаем вывод, что в пермнете на данный момент занята ниша крупных городских порталов, деловых интернет-порталов и отчасти – массовых интернет-СМИ.

Библиографический список

1. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М., 2005.
2. Медиафера рунета. Сентябрь 2010 – Январь 2011 // http://company.yandex.ru/facts/researches/yandex_on_internet_media_spring_2
3. 011.xml (19 мая 2011 г.)
4. Шагалова О.В. Интернет-СМИ Пермского края: типология и описание // http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/shag_permnet.html#_Toc188781173 (3 июня 2011 г.)
5. The State of the News Media 2008. Executive Summary // <http://www.stateofthedia.org/files/2011/01/PEJ2008-Overview.pdf> (25 мая 2011 г.)
6. Портал *prm.ru* // prm.ru (30 мая 2011 г.)
7. Портал *59.ru* // 59.ru (30 мая 2011 г.)
8. Портал *properm.ru* // properm.ru (30 мая 2011 г.)
9. Портал *newsperm.ru* // newsperm.ru (30 мая 2011 г.)
10. Портал *perm.kp.ru* // perm.kp.ru (30 мая 2011 г.)

Perm Internet Media:

Structure, Content and Function

Pustovalov Alexey Vasilyevich

Perm State University, Russia, 614990, Perm, Bukirev St., 15,

theyareeverywhere@gmail.com

Mokrushina Elena Valeryevna

Perm State University, Russia, 614990, Perm, Bukirev St., 15,

elena.mokrushina@gmail.com

Данная публикация посвящена исследованию пермских интернет-СМИ – новостных порталов, не имеющих оффлайновых аналогов: *prm.ru*, *59.ru*, *properm.ru*, *perm.kp.ru* и *newsperm.ru*. Цель статьи – выявить нишу для создания нового новостного веб-ресурса.

The article is devoted to research of Perm internet media – news portals, which has no offline analogs: *prm.ru*, *59.ru*, *properm.ru*, *perm.kp.ru*, *newsperm.ru*. A goal of the article is to find a niche for creating a new news web resource.

[1] Альпеншталь А. Как провести маркетинговое исследование // HR-портал. Сообщество HR-менеджеров. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/kak-provesti-marketingovoe-issledovanie> (Дата обращения 10.09.2012).

[2] Структура рынка // Современный экономический словарь, 2007.

<http://slovari.yandex.ru/Структура%20рынка/Экономический%20словарь/Структура%20рынка/>

[3] Шагалова О. В. Интернет-СМИ Пермского края: типология и описание // Acta Diurna, 2007. Вып. 3. URL:

http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/shag_permnet.html#_Тoc188781173 (Дата обращения 10.09.2012).

[4] Шагалова О. В. Интернет-СМИ Пермского края: типология и описание // Acta Diurna, 2007. Вып. 3.

http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/shag_permnet.html#_Тoc188781173 (Дата обращения 10.09.2012).

[5] Статистика сайта 59.ru // Liveinternet.

<http://www.liveinternet.ru/stat/59.ru/index.html?period=month>

[6] Шагалова О. В. Интернет-СМИ Пермского края: типология и описание // Acta Diurna, 2007. Вып. 3.

http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/shag_permnet.html#_Тoc188781192 (Дата обращения 10.09.2012).

[7] Шагалова О. В. Интернет-СМИ Пермского края: типология и описание // Acta Diurna, 2007. Вып. 3.

http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/shag_permnet.html#_Тoc188781192 (Дата обращения 10.09.2012).

[8] 59.ru // *Rambler mon 100* URL:

http://f.img.rugion.ru/_f/group_price/prezent/rugion-59-1.pdf (Дата обращения 10.06.2011).

[9] Статистика сайта perm.kp.ru // Liveinternet. URL:

<http://www.liveinternet.ru/stat/perm.kp.ru/demo.html?period=month> (Дата обращения 10.06.2011).

РЕКОМЕНДАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

Статья посвящена исследованию пермских новостных веб-ресурсов, не имеющих печатных аналогов. Именно с ними связано магистральное направление развития онлайн-новостных веб-ресурсов края. Авторы статьи, анализируя специфику уже имеющихся единиц, ставят целью найти нишу и возможность для создания продуктивных будущих информационных порталов.

Материал статьи интересен, выводы логичны и могут быть использованы для практических разработок в данной области. Данная публикация может также использоваться в преподавании учебных курсов по журналистике и PR.

Д. филол. наук,
заф. каф. журналистики

В. В. Абашев