

Тихомир СТЕФАНОВ

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Велико Търново, България
t.stefanov@uni-vt.bg

**КАКВО ЧЕТАТ ВЕЛИКОТЪРНОВЦИ?
АНАЛИЗ НА НАЙ-ЧЕТЕНИТЕ СТАТИИ В ОНЛАЙН ИЗДАНИЕТО НА
ВЕСТНИК „ЯНТРА ДНЕС“**

Tihomir STEFANOV

“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

**WHAT DO CITIZENS OF VELIKO TARNOVO READ?
ANALYSIS OF THE MOST READ ARTICLES IN THE ONLINE
NEWSPAPER “YANTRA DNES”**

Based on the empirical research of the online edition of “Yantra DNES” newspaper, an analysis, of the news’ preferences that the citizens of Veliko Tarnovo have, was made. Answers to the following questions have been given: Are criminal news mostly enjoyed by readers? Is there a chance for the “Good news”? Statistical data, provided by the site www.dnesbg.com, was used to determine the interest in positive and negative news over the past six years. Opportunities for rising up the readership interest in specific articles are considered via their active promotion, both on the website of the newspaper, and in the social nets.

Ключови думи: новини, онлайн медии, вестник

Key words: news, online media, newspaper

В последните години в масмедиите тече своеобразна дискусия за прекалено многото негативни вести в новинарските емисии. Достатъчно е да се напишат ключови думи по темата в Google и търсачката намира стотици примери.

Читатели, социолози, а и самите журналисти се опитват да намерят отговор на въпроса „Кое кара медиите да акцентират на криминални и негативни новини в своите емисии?“. Дали това се дължи на предпочитанията на самата аудитория или на други фактори? Редица изследвания на психолози също са посветени на влиянието на негативните думи и образи върху индивида – установяват, че наличието на вграден мозъчен апарат, свръхчувствителен към негативност води до пристрастяване и е активен във всяка сфера на живота (Williams 2014). Дали журналистите са привлечени повече от лошите новини, защото голямата производствена авария, природното бедствие или криминалното деяние е по-интересно от бавния напредък на обществото

в някоя сфера? Как влияят самите негативни заглавия върху реакциите на читателите (Stafford 2014)?

Безспорното доминиране на интернет при достъпването и споделянето на информация през последните години е подробно изследвано от много автори, включително Martin Hilbert и Priscila. López, които акцентират върху нарастващите възможности на човечеството да комуникира и споделя посредством съвременните дигитални технологии (Hilbert, López 2011).

При провеждане на анкети с въпроси от типа: „Какви новини предпочитате – положителни или негативни?“, „Бихте ли желали да прочетете повече добри новини?“, „Отблъскват ли ви криминалните новини?“, повечето читатели отговарят, че се търсят и предпочитат положителните новини. Тогава кой генерира хилядите кликове на негативните новини в Мрежата?

За да избегнат от капаните на контролираното проучване и за да докажат, че всъщност читателите реагират първосигнално на негативните новини, Марк Тръслър и Стюарт Сорока от университета „Макгил“ в Канада, провели интересен „подвеждащ“ експеримент, резултатите от който са докладвани на Annual Conference of the Political Science Association, June 2013, Victoria BC (Trussler, Soroka 2013). Резултатите показват, че участниците често избират истории с негативен оттенък пред неутрални или положителни публикации. Лошите новини били предпочитани най-вече от хората, интересувани се повече от ставащото в момента или от политика (Soroka, Nir, Fournier 2013). И дори когато ги попитали, същите тези хора отговорили, че предпочитат добрите новини. Повечето от тях се оплаквали, че медията прекалено много набляга на отрицателните истории.

Целта на доклада е да проверим нагласите на великотърновските читатели към положителните и негативните новини. Обект на настоящето проучване са интересите и реакциите на читателите на областен всекидневник „Янтра ДНЕС“, Велико Търново по отношение на публикациите в сайта на вестника за определени времеви измерения. Чрез статистически данни и използване на аналитичен метод ще бъдат обобщени и класифицирани техните предпочитания за новини.

Проучването е безпристрастно и представително, тъй като е базирано на броя четения на всяка новина на сайта на медията и обхваща всички ползватели на www.dnesbg.com от 1 декември 2012 година до 8 юни 2017 година. Чрез наличните данни не е възможно да се определят пол и възраст на читателите на медията, достъпна онлайн. Проучването не си поставя за цел да изследва предварително определени групи. Напротив – резултатите се основават на регистрираното поведение от страна на всички онлайн читатели с достъп и отзив към определена статия.

За достоверността на изводите е от значение и фактът, че всъщност никой от хилядите читатели през годините не е бил (а и едва ли в бъдеще ще бъде) с нагласата, че информирайки се за случващото се в града и региона, през сайта на медията, на практика участва в своеобразна анкета: „Какво четат великотърновци?“. Целта на проучването е да се установи сред относително

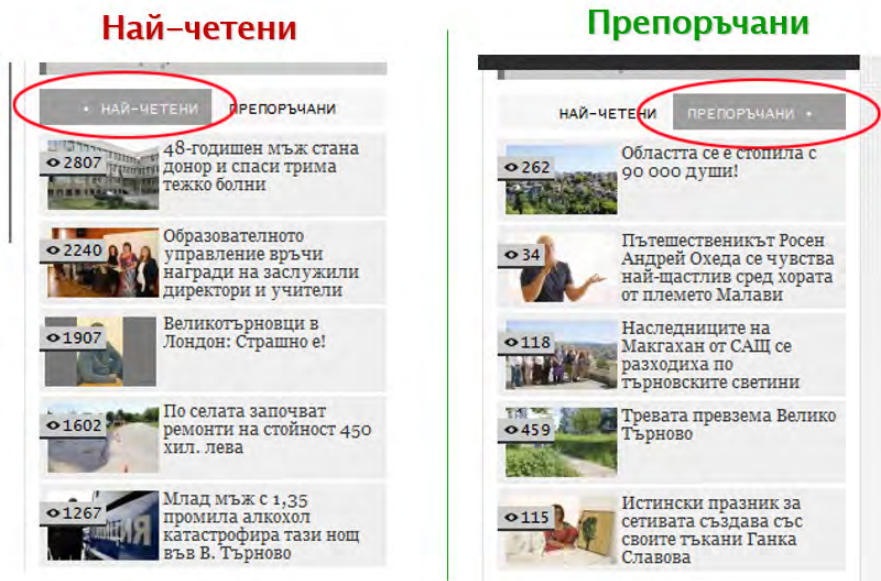
една и съща група читатели дали негативните новини са предпочитани и имат ли те по-голяма читаемост спрямо позитивните новини.

Сайтът на вестник „Янтра ДНЕС“ е публично достъпен още от септември 2001 година. Базата данни е в сегашния си вид от 1 декември 2012 година, а последната промяна в графичния облик е от началото на 2015 година. Предоставена е статистика за броя прочитания на всяка статия, а също и за интереса към нея във Фейсбук.

В началото на проучването е направен преглед на статистиката за последните 3 дена. И във вестник „Янтра ДНЕС“ редакторите се опитват да насочат посетителите към определени статии чрез рубриката „Препоръчани“. В нея са изведени 5 материала, считани за важни и значими от редакторите. Обикновено сред тях доминират положителни новини. Това показва, че екипът на медията умело прилага правилото за влияние на журналистите върху разпространението на добрите новини, с акцент върху трогателни лични истории и популяризиране на социалните ценности и норми на обществото, както обобщават в свое проучване Dennis K. K. Leung и Francis L. F. Lee (Leung, Lee 2014).

Популярен медиен похват с цел преследване на по-високи рекламни приходи е да се налагат негативни заглавия и статии (McCluskey, Swinnen, Vandemoortele 2015). Чест прави на екипа на вестника, че не използва негативните новини, стремейки се към увеличаване на приходите от сайта.

До значимите материали за редакторите, в същата таблица, на базата на статистика са поместени петте най-четени статии през последните 3 дена. Много рядко тези две колони на таблицата съдържат едни и същи материали.



Фигура 1. Статистика за последните 3 дена

Първата новина в категорията „Най-четени“ е на **здравна** тематика от рубрика „Общество“ (виж Фигура 1). Тя е свързана с **негативен** факт – смърт на 48 г. мъж, но статията акцентира на благородността на донорството и спасения живот на трима тежко болни, нуждаещи се от трансплантация. Тоест статията има и **положително** послание. Брой четения – 2 807. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 320.

Втората новина е от категория „Образование“ и има изцяло **положително** послание. Брой четения – 2 240. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 380.

Третата новина е свързана с **негативен** обществен факт – Великотърновци за атентата в Лондон. Брой четения – 1 907. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 89.

Четвъртата новина е от рубрика „Общество“. Свързана е с **положителен** факт – ремонт на пътища. Брой четения – 1 602. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 159.

Петата новина е отново **криминална** и носи **негативен** заряд. Брой четения – 1 267. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 14.

Първата новина от „Препоръчани от редактора“ е в рубрика „Общество“, но е свързана с **негативна** демографска тенденция. Брой четения – 262. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 67.

Втората новина е от категория „Общество“. Има **позитивен** характер. Брой четения – 34. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 5.

Третата новина е от категория „Общество“ и носи **позитивен** заряд. Брой четения – 118. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 41.

Четвъртата новина е от рубрика „Общество“ – „Тревата превзема Велико Търново“. Свързана е **негативен** факт и е апел към институциите да вземат мерки. Брой четения – 459. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 38.

Петата новина е **позитивна**. Брой четения – 115. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 6.

Прави впечатление, че като цяло „Препоръчани от редактора“ новини се радват на по-малък читателски интерес и не биха могли да изместят и последната новина от „Най-четени“. Последната в групата „Най-четени“ има 1 267 прегледа срещу 459 от „Препоръчани“.

Статистиката за последните 30 календарни дена обхваща 30 публикации. Те са разпределени в основните категории (рубрики) на сайта в Таблица 1.

Таблица 1. Най-четени статии в последните 30 дена

ПАРИ и ВЛАСТ	КРИМИ и ПРОИЗШЕСТВИЯ	ОБЩЕСТВО	ЗДРАВЕ	СПОРТ
6	10	11	3	0

Обезпокоителен е фактът, че нито един от тези 30 материала не е от категория „Спорт“. По принцип в спортните рубрики рядко попадат негативни материали. Те обикновено са свързани с тежки контузии на състезатели.



Фигура 2. Статистика за последните 30 дена

Добро впечатление прави фактът, че най-четения материал „Деница събра очите на великотърновци с уникална рокля с фолклорни мотиви“ има 17 446 прочита и е в категория „Общество“. Дописката носи изцяло **позитивен** заряд. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 1 800.

На второ място с 16 110 прочита е криминалната информация „Жесток опит за изнасилване потресе великотърновци (обновена)!“. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 355.

Трета с 7 966 прегледа е съвсем кратката новина тип „мълния“, свързана с **негативна** новина: „Затворен е пътят Велико Търново – Варна, има загинал“. Точно последната дума е предизвикала читателите и натрупала четенията. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 107.

Четвъртата „Трима горнооряховци загинаха в зверска катастрофа“ и петата новина „Почина бившият шеф на „Вик Йовковци“ Евгени Николов“ събират съответно 7 848 и 7 287 четения. И двете са **негативни**.

В челото на класацията са и материали, свързани с образованието – наградени учители, абитуриентски тържества и др.

В средата на таблицата са две икономически дописки – едната за производство и монтаж на иновативни дървени къщи от великотърновски строител, а другата за реновирането и зарибяването на язовир „Мотела“.

Тоест от 30-те материала, 17 имат **позитивно** послание. Уточняваме, че дописките за донорство на органи причисляваме към добрите новини, защото са свързани със спасяване на човешки живот. Останалите 13 новини (от тях 10 криминални) са свързани с **негативни** явления в обществото.

Сайтът на вестника предоставя и статистика за най-четените материали в последните 12 месеца (от 8.06.2016 до 8.06.2017 година). Тя обхваща 60 статии, тяхното разпределение по рубрики е дадено в следващата Таблица 2.

Таблица 2. Най-четени новини през последните 12 месеца

ПАРИ и ВЛАСТ	КРИМИ и ПРОИЗШЕСТВИЯ	ОБЩЕСТВО	ЗДРАВЕ	СПОРТ
15	29	13	3	0

Най-четен е криминален материал с атрактивно заглавие: „От последните минути! Кървав екшън на пазара във Велико Търново (обновена)“. Статията информира за **негативна** обществена проява. Събира 58 560 четения. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 1 200.

На второ място с 30 383 прочита е политически текст: „Референдум 2016 – какво трябва да знаем?“. Изцяло **позитивен**, информативен и полезен за читателите материал за предстоящия референдум. Статията е може би първата по темата в национален план. Тя веднага е индексирана в търсещите машини като топ отговор при запитвания по темата. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 203.

Трета по четения е „Удариха бензиностанцията на Марешки в Горна Оряховица“ – 18 381. Същата предизвиква и 247 споделяния, коментари и реакции във Фейсбук. Статията има както икономически, така и криминален заряд, но като цяло **не попада в позитивните** новини.

На последно място с 5 517 четения е икономическа дописка: „Откриха нов супермаркет „Абсолют+“ в Павликени“. Има **позитивен** характер. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 969.

Откроява се голямата разлика в броя четения между първата и третата дописка: 58 560 срещу 18 381! Това са около 3 пъти повече четения.

Обезпокоителен е фактът, че почти половината новини в класацията са **криминални**, а над половината – 33 – са **негативни**.

Таблица 3. Обобщение на новините за последните 12 месеца

ПОЗИТИВНИ	НЕГАТИВНИ
27	33

Най-интересна за изследване е статистиката на най-четените статии за периода от 1.12.2012 до 8.06.2017 година. Тя обхваща 100 дописки. Тяхното разпределение по рубрики е дадено в Таблица 4.

Таблица 4. Най-четени от 1.12.2012 до 8.06.2017 г

ПАРИ и ВЛАСТ	КРИМИ и ПРОИЗШЕСТВИЯ	ОБЩЕСТВО	ЗДРАВЕ	СПОРТ
10	25	42	23	0

На първо място отново е **негативната** новина „От последните минути! Кървав екшън на пазара във Велико Търново (обновена)“. Тя събира 58 560 четения. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 1 200.

Втора е „Чака се 80 см сняг в неделя!“, свързана с **негативна** метеорологична прогноза.

Трета е „От 1 януари 2016г. болничните листи ще се подават в НОИ по електронен път“. Те имат съответно 56 928 и 53 784 четения. Активности във Фейсбук: 10 000 срещу едва 13! Да, само 13 активности в социалната мрежа и над 53 000 четения. Дописката е информативна и има национално значение, написана е достатъчно рано, за да влезе като топ отговор в търсещите машини.

На четвърто място е интервю с Тома Томов: „Идва времето на нов вид цивилизация – една част от хората ще се самоизолират, а другите ще бъдат биомаса“. Това **негативно** предсказание събира 49 005 четения. Материалът е активно коментиран, харесван и споделян във Фейсбук – 5 500 пъти!

Номер 5 е интервю на здравна тема с доктор Мария Папазова: „Не яжте пшеница и ориз, а лимец, нахут и просо“. То има **позитивен** характер и събира 48 722 четения. Брой споделяния, коментари и реакции във Фейсбук – 7 300.

Следват още три дописки от рубрика „Здраве“!

Номер 6 е: „Потресавашо! 14 годишно момиче гасне след безплатна ваксинация срещу рак на матката“. Носи **негативно послание** и 47 336 четения и над 3 500 реакции и споделяния във Фейсбук.

На седма позиция е **позитивен** материал със здравни съвети от Учителя Дънов: „Пиенето на гореща вода, лекува всички болести“. Той събира 42 072 четения и над 7 500 реакции, коментари и споделяния с Социалната мрежа.

Интервюто с доктор Мичорова, което въпреки заглавието има **положително** послание: „Високата кръвна захар не боли, но бавно и необратимо уврежда организма“ заема осма позиция в класацията ТОП 100.

На девета и десета позиция са две дописки с изцяло информативен характер и **положително** за обществото значение: „Работиш само на заплата и имаш деца, държавата ти връща данъци“ и „Как да се лекуваме по програми на НОИ“ съответно имат 38 775 и 37 649 четения. Така в своеобразния Топ 10 от разглеждания Топ 100 има 6 дописки на **здравна** тематика, 2 дописки в „Пари и власт“ и само по една в „Общество“ и „Крими“.

Таблица 5. Разпределение на най-четените дописки по години

Години	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Брой статии в периода	4	21	10	29	22	14
Брой четения на първата новина	23966	40193	42059	53774	58560	14375
Брой четения на последната новина	9074	8881	9256	8659	8538	8682
Среден брой четения	15696,00	14338,29	16410,70	21742,00	19227,55	11953,64

Последната новина в класацията от Топ 100 е **негативната** „Стрелба в центъра на Велико Търново“. Тя има над 8 500 четения. Това определя доста висок праг за влизане в тази престижна листа.

В класацията отново няма дописки от рубриката „Спорт“. Може да се направят поне два извода. Първият е, че спортните фенове не се информират за събитията в областта чрез сайта на вестник „Янтра ДНЕС“. Вторият, че **позитивната** спортна новина не е предпочитана от жителите на великотърновска област.

Таблица 6. Обобщение на новините за последните 66 месеца

ПОЗИТИВНИ	НЕГАТИВНИ
66	34

Таблицата показва, че **позитивните** новини са почти двойно повече от **негативните**.

Обобщаващи изводи:

Към настоящия момент, най-четената статия в сайта на вестник „Янтра ДНЕС“ е *криминална*. Което само отчасти потвърждава тезата, че читателите реагират мигновено на *негативната* и скандална новина.

Класацията ТОП 100 на статии публикувани от 1.12.2012 до 8.06.2017 година показва, че на най-голям интерес се радват материалите на *здравна и обществено значима* тематика. Голяма част от тях носят позитивни послания. Всъщност, криминалните новини са едва 25 от 100. Радостен е фактът, че сред най-четените статии има такива на образователна и икономическа тематика.

Безспорно статиите от рубриката „Крими (и произшествия)“ са едни от най-четените сред всичките над 13 000 новини. Почти всяка дописка за убийство, изнасилване, тежка катастрофа, трагедия, арест или смърт на известен търновец събира над 2 000 четения. Интересен е фактът, че това се случва за много кратко време. Понякога са достатъчни само 2 часа, за да събере новината около 9 000-10 000 прочита.

Друг факт е, че *негативните* новини набират бързо четения и без да бъдат промотирани от екипа на медията в социалните мрежи. За тяхното разпространение спомагат читателите, които активно ги споделят или коментират във Фейсбук или друга социална мрежа.

За разлика от тях, повечето от *позитивните* новини трудно успяват да наберат над 200-300 прочита, ако нямат подкрепата на екипа на медията. Активното им споделяне в подходящи целеви групи във Фейсбук е само един от приемите за тяхното популяризиране. За съжаление тези новини се радват и на малко на брой споделяния от самите читатели.

Положителното е, че *негативни* са само 34 от всичките 100 най-четени новини за последните 66 месеца и едва 25 от тях са *криминални*. Това е обнадеждаващ резултат, който утвърждава полезността на проучването, базирано на статистически данни за последните 6 години. Тези 66 позитивни статии ни дават увереност да твърдим, че „добрата“ новина е търсена и харесвана от читателите на сайта на вестник „Янтра ДНЕС“.

ЛИТЕРАТУРА

- Hilbert, López 2011:** Hilbert, M., P. López, The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information. *Science*, 332(6025), 60 –65. <https://www.uvm.edu/pdodds/files/papers/others/2011/hilbert2011a.pdf> (посещение на страницата 08.06.2017)
- Leung, Lee 2014:** Leung, D., F. Lee, How Journalists value Positive News. *Journalism Studies*, 16(2), 289-304. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.869062> (посещение на страницата 08.06.2017)
- McCluskey, Swinnen, Vandemoortele 2015:** McCluskey Jill, Johan Swinnen, Thijs Vandemoortele, You get what you want: A note on the economics of bad news, *Information Economics and Policy*, Volume 30, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167624514000444> (посещение на страницата 08.06.2017)

- Soroka, Nir, Fournier 2013:** Soroka, S., L. Nir, P. Fournier, Negativity Biases in Reaction to Network News: A Cross-national, Psychophysiological Pilot Study. Paper presented at the Toronto Political Behavior Workshop, November. http://rubenson.org/wp-content/uploads/2013/11/TPBW_SorokaNirFournier.pdf (посещение на страницата 08.06.2017)
- Stafford 2014:** Stafford, T., Psychology: Why bad news dominates the headlines, <http://www.bbc.com/future/story/20140728-why-is-all-the-news-bad> (посещение на страницата 08.06.2017)
- Trussler, Soroka 2013:** Trussler, M., S. Soroka, Consumer demand for negative and cynical news frames. Paper presented at the annual conference of the Political Science Association, Victoria, BC, June. <https://www.cpsa-acsp.ca/papers-2013/Trussler-Soroka.pdf> (посещение на страницата 08.06.2017)
- Williams 2014:** Williams, R., Why We Love Bad News: Does the current news negativity bias reflect media our public preferences? <https://www.psychologytoday.com/blog/wired-success/201411/why-we-love-bad-news> (посещение на страницата 08.06.2017)