

DOI 10.22363/2312-9220-2019-24-1-117-126

УДК 070:316.77(292.471)

Место коммунальных печатных изданий в структуре медиапространства Крыма

Л.Г. Егорова

Таврическая академия (структурное подразделение)
Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского
Российская Федерация, 295000, Симферополь, пр. Вернадского, 2

Статья посвящена изучению особенностей информационного пространства Крыма на момент вхождения в состав РФ, в частности функционированию региональных коммунальных (муниципальных) изданий. Последние оставались одним из наиболее востребованных источников информации благодаря невысокому уровню распространения интернета, привычке медиапотребления и значительному доверию читателей к местным газетам. Ключевой функцией муниципальных СМИ, по мнению автора, можно считать информирование населения о деятельности органов местной власти и разъяснение положений законодательства. Кроме того, издания транслировали сведения об общественно значимых событиях на полуострове. Автор анализирует специфику презентации информации, характеризует жанровую палитру коммунальных СМИ и отмечает преимущественную представленность информационных и художественно-публицистических жанров.

Ключевые слова: информационное пространство Крыма, печатные медиа, коммунальные СМИ, информационная политика, жанровая палитра

Введение

Изучение средств массовой информации в настоящее время представляет собой непрерывный исследовательский процесс. Дискурс СМИ — динамичная коммуникация с обществом с разнообразным набором стратегий и тактик воздействия на сознание адресата — активно изучается. «Социальное назначение массмедийного дискурса состоит в том, чтобы внушить аудитории необходимость “правильных” оценок и действий. Таким образом, основной целью дискурса СМИ является не описание, а убеждение, приводящее в конечном итоге целевую социальную группу к определенным действиям» [1], а потому информация, необходимая для привлечения интереса читателей, должна структурироваться и вербально оформляться так, чтобы адресат почувствовал себя участником диалога. Вследствие этого профессиональный журналист обязан соотносить новую информацию с возможностями аудитории понять и принять ее: «Необходимо обращать особое внимание на адресата, формируя свой дискурс для аудитории, которая не может задать уточняющие вопросы» [2. С. 18].

Регионализация современного мира — очевидная закономерность, которая характерна для нынешнего общественно-политического устройства Российской

Федерации. Представление региона специфической культурной средой, обладающей собственной ценностной системой, позволяет исследователям говорить о необходимости его комплексного рассмотрения [3], что особенно актуально на данном этапе развития социума, поскольку, по справедливому замечанию И.М. Печищева, «необходимость конструирования и трансляции положительного образа территории осознана на официальном уровне и ставится как политическая задача в российских регионах и на общероссийском уровне» [4. С. 210]. Именно этим обстоятельством обусловлено исследовательское внимание к современному состоянию региональной журналистики, тенденциям ее развития. Особый интерес в этом ключе представляет изучение медиапространства Республики Крым, претерпевшего кардинальные изменения в связи с вхождением полуострова в состав РФ.

Цель данной статьи — описать особенности функционирования коммунальных (муниципальных) печатных изданий в информационном пространстве Крыма по состоянию на начало 2014 года.

Материалы и методы

Объектом исследования в данной работе выступает пространство печатных средств массовой информации Республики Крым с учетом социокультурной специфики региона и жанрово-тематических особенностей местной коммунальной (муниципальной) прессы. Региональная система печатных средств массовой информации представлена в работе как коммуникативный феномен, что определяет использование традиционной научно-исследовательской методологии (в частности, статистического анализа, мониторинга, метода сплошной выборки, контент-анализа и т.д.).

Место коммунальных СМИ на рынке печатной периодики Крыма

Географические, политические, экономические, культурные, этнические особенности региона в значительной мере определяют особенности местного информационного пространства, структуру региональных СМИ, содержание и характер транслируемой ими повестки дня [5]. В целом пространство печатных медиа Крыма в последние десятилетия характеризовалось достаточно широким охватом тем и проблем, наличием широкого спектра изданий, способных удовлетворить разнообразные информационные потребности и запросы крымской аудитории, чем и объясняется их ведущая роль в создании региональной идентичности и интерпретации своеобразия региона, поскольку региональные СМИ «нацелены на создание общего менталитета на определенной территории» [6]. Руководствуясь предложенной С.А. Корконосенко классификацией [7], мы разделили все печатные издания Крыма по территориальному распространению и охвату аудитории на региональные, местные, внутрикорпоративные. К региональным из выходявших в исследуемый период изданий были отнесены общекрымские газеты, такие как «Крымская правда», «Первая Крымская», «Республика», «ТелеграфЪ». Они ориентированы на широкую аудиторию и распространялись по всей территории республики. Этот факт обуславливал их тематическую

направленность и специфику контента: наличие аналитических материалов, посвященных проблемам общереспубликанского масштаба, журналистских расследований и т.д. Внутрикorporативные издания Крыма выходили на базе крупных предприятий или объединений. Примером может служить газета «СЗ» ПАО «Крымский содовый завод». Основное внимание такие СМИ уделяли деятельности самого предприятия, рассказывая об успехах и достижениях его сотрудников. Они были рассчитаны на узкоспециализированную аудиторию, поэтому тематика и стиль материалов существенно отличались от сложившихся в региональных и местных газетах стандартов.

Местные газеты — это издания, распространение которых ограничивалось городом, районом или поселком. Они, соответственно, были ориентированы на жителей города или района и освещали местные события и проблемы. Часто такие издания становились трибуной местной власти, поскольку выпускались органом местного самоуправления за счет средств местного бюджета. К местным газетам можем отнести все коммунальные СМИ Крыма.

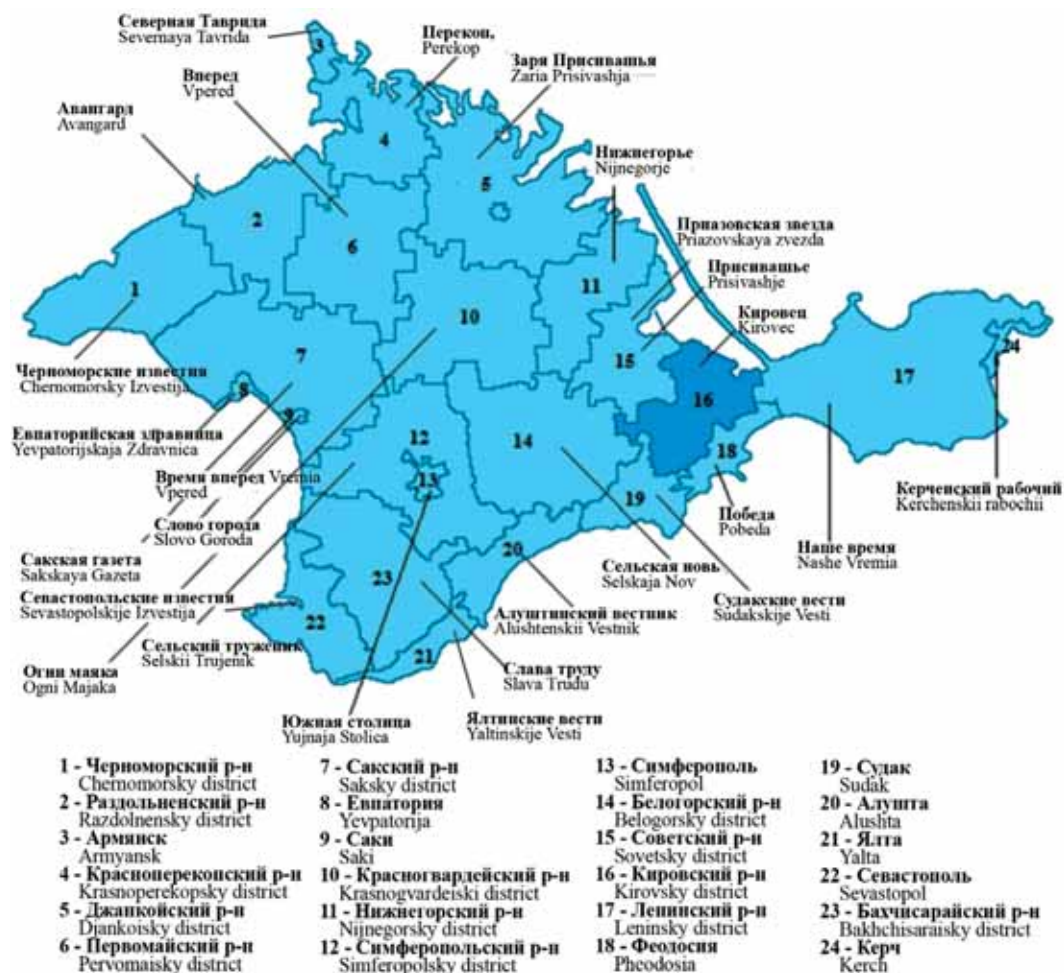


Рис. 1. Охват территории Крыма коммунальными изданиями
[Figure 1. The municipal mass media territory coverage in Crimea]

Из 2643 зарегистрированных на начало 2014 года в Крыму печатных изданий 23 являлись коммунальными (муниципальными в терминах медиапространства РФ. — Л.Е.), поэтому их доля на рынке печатных изданий Крыма составляла менее 1 % [8]. Однако, согласно общему тиражу изданий, аудитория коммунальной периодики Крыма насчитывала примерно 100 тыс. человек, или 5 % от общей численности населения республики.

В качестве преимуществ данного типа СМИ можно назвать, во-первых, исторически сложившееся восприятие их как одного из важнейших, а зачастую главного источника информации для аудитории, во-вторых, выполняемую ими роль значимого коммуникатора между властью и общественностью. Благодаря региональной специфике коммунальные СМИ Крыма являлись площадкой для диалога представителей власти и общественности, что позволяло более эффективно решать актуальные социально-экономические проблемы на местном уровне. Городские и районные газеты оставались одним из наиболее популярных и востребованных у населения источников информации. Данная тенденция обусловлена целым рядом причин, среди которых и относительно невысокий уровень распространения интернета, характерный для сельских районов, и значительное доверие к местным газетам, сложившееся исторически.

Географически коммунальные СМИ охватывали всю территорию Крыма, так как выходили во всех районах и большинстве крупных городов (рис. 1).

Функции коммунальных СМИ

Принимая во внимание тот факт, что половину территории Крыма составляют сельские регионы, отметим, что коммунальные СМИ играли достаточно важную роль в формировании информационной политики полуострова. Из сведений, транслируемых ими, жители отдаленных регионов получали информацию о наиболее значимых событиях не только своего города или поселка, но и полуострова в целом. Ключевая функция, возложенная на коммунальные СМИ Крыма, — информирование аудитории и разъяснение действующего законодательства и нормативных актов, актуальных для большей части крымского населения. Речь идет, например, о разъяснении правил оформления земельных участков, социальных пособий или субсидий на оплату жилищно-коммунальных услуг и пр. Подобного рода информация востребована и соответствует ожиданиям аудитории от контента коммунальных СМИ [9]. Говоря о значимости данных изданий для целевой аудитории, следует также учитывать, что зачастую коммунальные газеты являлись информационным монополистом на территории того или иного города и поселка, что связано с низкой интернет-грамотностью населения и более высокой (в сравнении с коммунальными) стоимостью подписки на республиканские газеты.

Достаточно высокий уровень доверия аудитории к коммунальным печатным СМИ исследователи связывают также с такими факторами, как возможность непосредственной проверки жителем получаемой информации на личном опыте, вероятность эффективного использования полученных сведений на практике для

решения различных задач и проблем. Ориентация на освещение местных событий и проблем тоже способствует выработке особого самовосприятия индивида, его самоидентификации как части региона, что позволяет формировать более позитивную и толерантную среду в конкретном социуме [10].

Тиражи коммунальных изданий Крыма

Большинство коммунальных СМИ Крыма ведет свою историю с 30-х годов XX века. Все они, даже находясь в рамках украинского информационного пространства, выходили в свет исключительно на русском языке. Тираж коммунальных СМИ в основном составлял 1–3 тыс. экземпляров, но мог достигать и 20 тыс. (для сравнения: тираж одной из наиболее популярных газет полуострова — «Крымской правды» — 30 тыс. экземпляров, тираж газеты «Крымский телеграфЪ» достигал 40 тыс. экземпляров). Сводные данные представлены на рис. 2.

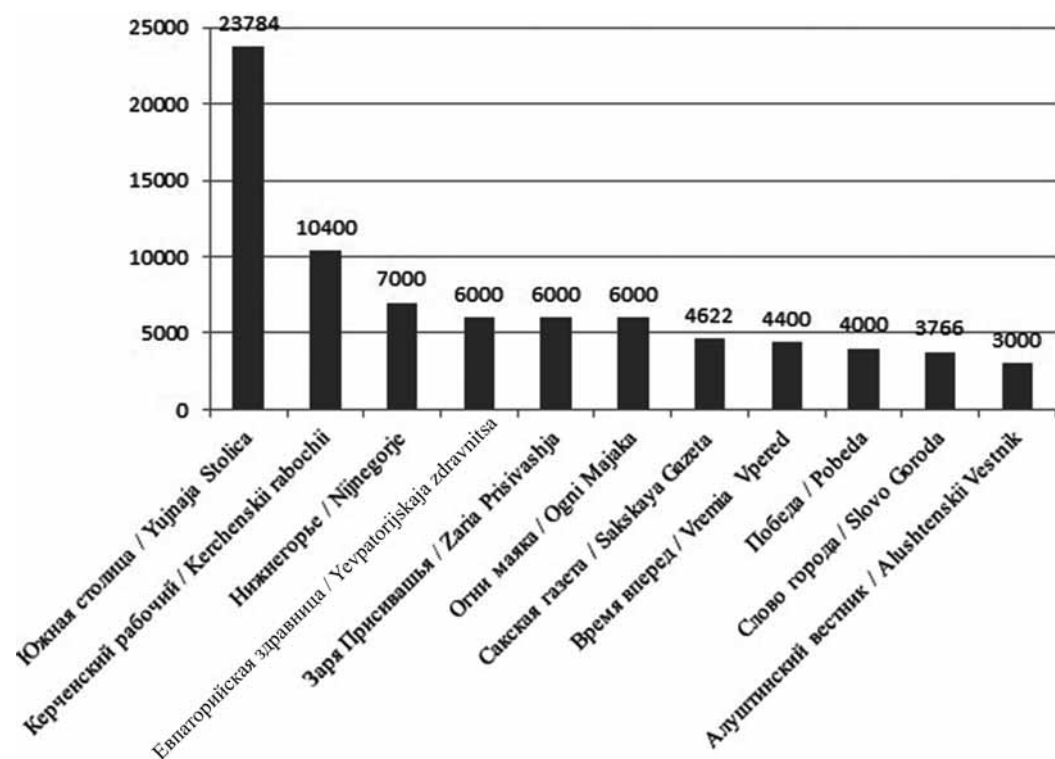


Рис. 2. Тиражи крупнейших коммунальных газет Крыма (конец 2013 — начало 2014 г.)
[Figure 2. The largest Crimea municipal newspapers circulation (end of 2013 — beginning of 2014)]

Проблемы финансирования коммунальных изданий в Крыму

Принципиальным отличием коммунальных СМИ является их бюджетное финансирование: средства на обеспечение деятельности коммунальных изданий Крыма выделялись из республиканского и местных бюджетов. Так, на 2014 г. в бюджете Симферополя на содержание печатных СМИ было предусмотрено

600 тыс. грн.; в Саках на газету «Слово города» и радио — 615 тыс. грн.; бюджет Алушты планировал выделить на коммунальные СМИ 169 тыс. грн.; бюджет Красноперекопска — 30 тыс. грн.; бюджет Бахчисарая собирался оказывать поддержку газете «Слава Труд» в размере 25 тыс. грн. В среднем на коммунальные СМИ из местных бюджетов выделялось примерно 40–50 тыс. грн. в год.

Наряду с местными бюджетами, государственную поддержку массмедиа коммунальной формы собственности оказывал и бюджет республики. Тем не менее следует отметить, что ежегодные расходы на деятельность коммунальных газет в исследуемый нами период перестали в полной мере соответствовать реальным финансовым потребностям редакций. В связи с этим коммунальные издания расширяли газетные площади, предоставляемые под рекламу. Именно доходы от размещения рекламы зачастую позволяли покрывать производственные расходы, а также создавать финансовый ресурс для материально-технического обеспечения деятельности редакции, реализации социальных обязательств. Укажем, что соответствующей маркировкой снабжался не каждый рекламный материал, политическая реклама не именовалась таковой в принципе. Как известно, ключевым фактором в формировании специфики и печатных, и аудиовизуальных медиа являются интересы и запросы аудитории, поскольку рентабельность СМИ зависит не только от рекламы, но и от покупательской способности населения. Вместе с тем следует учитывать, что коммунальные СМИ не находились в столь высокой зависимости от аудитории, как издания частной формы собственности.

Творческий коллектив большинства коммунальных изданий ограничивался главным редактором (который зачастую выполнял функции корректора и выпускающего редактора), корреспондентами, верстальщиками и наборщиками. Должности фотокорреспондентов отсутствовали ввиду недостаточного финансирования, в связи с чем публикуемые фотографии принадлежали либо авторам статей, либо пресс-службам, материалы которых перепечатывались изданиями. Ю.С. Пуля четко описывает сложившуюся ситуацию: низкий уровень заработной платы и непрестижность работы в местной прессе приводят к значительному дефициту качественных кадров, вследствие чего в изданиях часто работают люди, не имеющие соответствующей профессиональной подготовки и с невысокими творческими способностями [11].

Большинство коммунальных изданий Крыма выходили один-два раза в неделю объемом 4–8 полос («Присивашье», Советский район, «Слава труду», Бахчисарайский район, «Сельский труженик», Симферопольский район, «Слово города», Сакский район и др.), имели черно-белую печать, что обусловлено ограниченным бюджетным финансированием и низким уровнем доходов от рекламной деятельности, иногда полноцветные первую и последнюю полосы. Учредителями таких СМИ выступали органы местной власти, порой совместно с трудовыми коллективами изданий.

Тематика публикаций и особенности жанровой палитры

Крымские коммунальные издания в основном освещали деятельность городской или районной власти, происходящие на местах события (исключение со-

ставило издание «Черноморские известия», в котором дайджест новостей отсутствовал), публиковали сообщения пресс-служб органов местного самоуправления и исполнительной власти. В анализируемых изданиях присутствовали рубрики, посвященные культуре, искусству, спорту, здоровью, например на страницах газет «Керченский рабочий», «Южная столица», «Присивашье», «Приазовская звезда» и др. В газете «Слава труду» Бахчисарайского района была открыта рубрика, посвященная туристическим объектам Крыма. Коммунальными изданиями публиковались объявления, анонсы событий, поздравления и пр. Практически во всех газетах, за исключением издания Симферопольского района «Сельский труженик», была представлена программа телепередач. Из 23 коммунальных газет Крыма к началу 2014 года 14 имели собственные сайты.

Что касается жанровой принадлежности публикуемых изданиями материалов, то чаще всего на газетных полосах встречались заметки, корреспонденция, репортажи и очерки, то есть были представлены в основном информационные и художественно-публицистические жанры. Количество аналитических материалов, а встречались в первую очередь комментарии и аналитические интервью, было ограниченным: думается, коммунальные СМИ отдавали предпочтение тем жанрам, которые не требовали значительных временных и материальных затрат и высокого уровня подготовки авторов. Данный тезис подтверждается в исследовании И.С. Альпулатова: невысокое качество медиатекстов и отсутствие аналитических материалов можно отнести к основным проблемам местных медиа; подобное положение дел связано с отсутствием в редакциях специализации, необходимой для развития аналитической журналистики [12]. По нашему мнению, одной из причин обращения к «стандартной» жанровой палитре могла быть и ограниченность газетной площади, что обуславливало использование небольших по объему материалов.

Выводы

Главным отличием коммунальных газет Крыма от других типов печатных изданий является форма собственности — государственная, представленная органами местного самоуправления. Коммунальные издания играли достаточно важную роль в процессе формирования информационной политики полуострова к моменту его вхождения в состав РФ. Примечательно, что они составляли менее 1 % от общего числа зарегистрированных печатных СМИ автономии, но при этом аудиторно охватывали 5 % населения Крыма, зачастую оказываясь информационными монополистами на территории того или иного района. Высокое доверие аудитории к коммунальным СМИ обусловлено в том числе тем, что героями публикаций зачастую становились жители того или иного региона распространения издания. Коммунальные газеты выполняли ряд важных функций с преобладанием информационной, пропагандистской, социально-педагогической и рекреативной. На страницах изданий публиковались новости, статьи, репортажи и очерки о событиях, которые происходили как на полуострове в целом, так и в отдельно взятом городе или районе, то есть информация, поставляемая

коммунальными СМИ, помогала жителям отдаленных регионов ориентироваться в социально значимых событиях Крыма и всей страны.

© Егорова Л.Г., 2019



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Список литературы

- [1] *Дементьева К.В.* Формирование дискурса региональных массмедиа // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 10. URL: <http://human.snauka.ru/2014/10/8050> (дата обращения: 02.11.2018).
- [2] *Fetzer A., Lauerbach G.E.* Political Discourse in the Media: Cross-cultural Perspectives. Amsterdam, 2007. 379 p.
- [3] *Просвиркина И.И.* Региональное языковое сознание как основа модели региональной языковой личности // Вестник Оренбургского гос. ун-та. 2005. № 11. С. 106–107.
- [4] *Печищев И.М.* Концепт «Столица» как основание для конструирования образа территории (на материале пермских печатных СМИ) // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика. 2007. № 2. С. 201–204.
- [5] *Лебедева Е.Г.* Современная структура региональных средств массовой информации: Краснодарский край как информационное пространство: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2002.
- [6] *Харанутова Е.И.* Формирование региональной идентичности в печатных СМИ: в 3 ч. Ч. 1 // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 10 (64). С. 29–33.
- [7] *Корконосенко С.А.* Основы журналистики: учебник для вузов. М.: Аспект-Пресс, 2001. 287 с.
- [8] *Егорова Л.Г., Чумичева М.А.* Пространство печатных СМИ Крыма: концепция презентации // Ученые записки Таврического национального ун-та имени В.И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации. 2013. Т. 26 (65). № 3. С. 110–119.
- [9] *Заливанский Б.В.* Муниципальные средства массовой информации в восприятии городского общества // Власть. 2013. № 5. С. 139–143.
- [10] *Аникеев Е.С.* Масс-медиа как инструмент муниципального социального управления: дис. ... канд. социол. наук. М., 2006. 223 с.
- [11] *Пуля Ю.С.* Динамика и характер развития местных газет в структуре региональных и федеральных СМИ России: политологический анализ: дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2004. 254 с.
- [12] *Альпулатов И.С.* Региональные СМИ. Проблемы. Поиски. Решения // Символ науки. 2015. № 10. С. 182–185.

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 19 ноября 2018

Дата принятия к печати: 29 ноября 2018

Для цитирования:

Егорова Л.Г. Место коммунальных печатных изданий в структуре медиапространства Крыма // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2019. Т. 24. № 1. С. 117–126. DOI 10.22363/2312-9220-2019-24-1-117-126

Сведения об авторе:

Егорова Людмила Геннадьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры межкультурных коммуникаций и журналистики, Таврическая академия (структурное подразделение), ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского». Контактная информация: e-mail: legora@list.ru

The municipal mass media in the Crimea media space structure

L.G. Yegorova

Taurida Academy of V. I. Vernadsky Crimean Federal University
2 Vernadskogo Ave., Simferopol, 295000, Russian Federation

The article is devoted to the analysis of the Crimean information space features before the republic's incorporation into the Russian Federation and the municipal printed mass media role in it in particular. The municipal mass media share in the Crimean information market and the coverage of the audience are considered in the article. It is pointed out that the municipal mass media remained one of the most popular sources of information due to the low level of the Internet prevalence as well as the habit of media consumption and considerable readers' credit to the local newspapers. Informing the public about the activities of local authorities as well as explaining the provisions of the current legislation and normative legal acts may be considered, according to the author, the key functions entrusted to the Crimea municipal media. The author draws attention to the fact that the municipal media provide information about socially significant events in the Crimea. The study specifies the features of information processing and presentation by creative collectives of municipal newspapers. In particular, newspapers genre palette is characterized by the predominance of informational and literary publicistic genres.

Keywords: Crimean information space, print media, municipal mass media, informational politics, genre palette

References

- [1] Dement'eva K.V. Formirovanie diskursa regional'nyh massmedia [Regional Mass Media Discourse Forming] // *Gumanitarnye Nauchnye Issledovaniya* [Humanitarian Scientific Researches]. 2014. No. 10. <http://human.snauka.ru/2014/10/8050> [accessed: 02 November 2018].
- [2] Fetzer A. *Political Discourse in the Media: Cross-cultural Perspectives*. Amsterdam, 2007. 379 p.
- [3] Prosvirkina I.I. Regional'noe jazykoe soznanie kak osnova modeli regional'noj jazykovoj lichnosti [Regional Language Conscience as the Basis of the Regional Language Personality Model] // *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [Orenburgh State University Bulletin]. 2005. No. 11. Pp. 106–107.
- [4] Pechishhev I.M. Koncept "Stolica" kak osnovanie dlja konstruirovaniya obraza territorii (na materiale permskih pechatnyh SMI) [The "Capital" Concept as the Basis for the Territory Image Forming (on the Material of Perm' Printed Mass Media)] // *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologija. Zhurnalistika* [Voronezh State University Bulletin. Series: Philology. Journalism]. 2007. No. 2. Pp. 201–204.
- [5] Lebedeva E.G. *Sovremennaja struktura regional'nyh sredstv massovoj informacii: Krasnodarskij kraj kak informacionnoe prostranstvo* (Diss. kand. fil. nauk) [Modern structure of the regional mass-media: Krasnodar region as an informational space (Cand. of Phil. Sci. Diss.)]. Krasnodar, 2002.
- [6] Haranutova E.I. Formirovanie regional'noj identichnosti v pechatnyh SMI [Regional identity forming in the printed media] // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Science. Theory and Practice Issues]. 2016. No. 10(64). Part 1. Pp. 29–33.
- [7] Korkonosenko S.A. *Osnovy zhurnalistiki: uchebnik dlja vuzov* [Journalism basics: College Tutorial]. Moscow: Aspekt-Press Publ., 2001. 287 p.
- [8] Egorova L.G., Chumicheva M.A. Prostranstvo pechatnyh SMI Kryma: koncepcija prezentacii [Printed media of the Crimea: the concept of presentation] // *Uchenye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Seriya: Filologiya. Sotsial'nye kommunikatsii*

- [Scientific Bulletin of V.I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Social Communications]. 2013. Vol. 26(65). No. 3. Pp. 110—119.
- [9] Zalivanskij B.V. Municipal'nye sredstva massovoj informacii v vosprijatii gorodskogo obshhestva [Municipal mass-media in city society perception] // *Vlast' [Power]*. 2013. No. 5. Pp. 139—143.
- [10] Anikeev E.S. Massmedia kak instrument municipal'nogo social'nogo upravlenija (Dis. kand. sociol. nauk) [Massmedia as an instrument of municipal social government (Cand. of Soc. Sci. Diss.)]. Moscow, 2006. 223 p.
- [11] Pulja Ju.S. Dinamika i harakter razvitija mestnyh gazet v strukture regional'nyh i federal'nyh SMI Rossii: politologicheskij analiz (Dis. kand. polit. nauk) [Dynamics and development features of the local newspapers in the structure of the regional and federal massmedia in Russia (Cand. of Pol. Sci. Dis.)]. St. Petersburg, 2004. 254 p.
- [12] Al'pulatov I.S. Regional'nye SMI. Problemy. Poiski. Reshenija [Regional massmedia. Problems. Researches. Decisions] // *Simvol nauki [Science Symbol]*. 2015. No. 10. Pp. 182—185.

Article history:

Received: 19 November 2018

Revised: 22 November 2018

Accepted: 29 November 2018

For citation:

Yegorova L.G. (2019). The municipal mass media in the Crimea media space structure. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 24(1), 117—126. DOI 10.22363/2312-9220-2019-24-1-117-126

Bio note:

Egorova Lyudmila Gennadyevna, PhD of Philology, Assistant Professor, Department of Interlingua Communications and Journalism, Taurida Academy of V.I. Vernadsky Crimean Federal University.
Contacts: e-mail: legora@list.ru