

РАЗДЕЛ 7. СОВРЕМЕННОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО

УДК 070

Роль коммунальных газет в информационном пространстве Крыма

Богданович Г. Ю., Егорова Л. Г., Иванова И. И.

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского,
г. Симферополь, Республика Крым
legora@list.ru, bogdanovich@crimea.edu*

Статья посвящена анализу роли коммунальных печатных СМИ в информационном пространстве Крыма. На основе общего количества зарегистрированных на территории полуострова печатных изданий, общего тиража всех коммунальных газет мы определили долю этого вида медиа на информационном рынке Крыма, охват целевой аудитории. Приводится краткая характеристика формата, периодичности, направленности, контента и редакционной политики крымских коммунальных печатных СМИ, описаны функции периодики, особенности поиска, сбора и обработки информации творческими коллективами изданий.

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

Актуальность. Несмотря на позитивные тенденции на медийном рынке и распространение информационных технологий, согласно данным Международного союза электросвязи «Измерение информационного общества», по уровню доступности информационных технологий Украина находится всего на 71 месте среди государств мира. Доступ к сети Интернет домохозяйств в сельских регионах страны не достигает даже 20-30%. В этой связи печатные СМИ, в особенности городские и районные газеты, остаются одним из наиболее популярных и востребованных среди населения источником информации. Высокий уровень доверия к местным газетам сложился исторически, ведь большинство из 700 коммунальных газет Украины начали свою деятельность еще в 1930-х годах прошлого века. *Цель статьи* – охарактеризовать коммунальные печатные издания в информационном пространстве Крыма, обозначив их функции, жанрово-тематические характеристики, целевую аудиторию.

Из 2,6 тыс. зарегистрированных в Крыму печатных изданий 23 являются коммунальными, их доля на рынке печатных изданий Крыма составляет всего 0,8%. При этом, согласно общему тиражу коммунальных изданий, аудитория коммунальной периодики Крыма насчитывает примерно 100 тысяч читателей. Это составляет около 5% от общей численности населения в Крыму.

Коммунальные СМИ не только выступают в роли важнейшего, а часто и основного информатора аудитории, но и являются важнейшим коммуникатором между властью и обществом. За счет региональной специфики деятельности коммунальные СМИ традиционно выступают площадкой для диалога между властью и обществом, эффективной площадкой для решения актуальных социально-экономических проблем территориальных громад.

1. Коммунальные печатные СМИ в структуре информационного рынка Крыма

История развития в Крыму газетно-журнальной периодики богата и берет свое начало с XIX века и первой крымской газеты «Таврические губернские ведомости». В настоящее время, согласно официальным данным, в Крыму зарегистрировано 2643 печатных издания. В том числе общественно-политические, информационные, рекламные, политические, религиозные, научно-популярные, отраслевые. Значительное количество печатных СМИ обусловлено не только большой площадью региона и населением численностью почти два млн человек. Специфика региона обуславливает деятельность на его территории большого числа политических и общественных сил, что, соответственно, сказывается и на активности медиа. Кроме того, Крым – курортный и многонациональный регион. Географическая, этническая и политическая специфика полуострова не может не отражаться в медиа.

Важнейшей особенностью и отличительной чертой медийного пространства Крыма является наличие этнических печатных СМИ. Свои печатные СМИ имеют национальные общества армян, болгар, греков, немцев, литовцев и другие. Несмотря на нерегулярную периодичность выхода, всего в Крыму зарегистрировано 30 этнических печатных изданий. Раз в месяц выходит газета немцев Крыма «Hoffnung» («Надежда»). Она издается на русском, немецком и украинском языках. Издаются также газеты греческой общины «Греческая газета», еврейской общины «Шолом», крымскотатарская газета «Голос Крыма» и другие. Они освещают общественные, культурные, политические вопросы, связанные с обустройством и жизнью национальных меньшинств в Крыму. Многоязычность делает их доступными для тех, кто не владеет родным языком, соответственно увеличивая читательскую аудиторию.

Близкими к этническим являются газеты, представляющие интересы различных конфессий. Основные из них: газета Крымской епархии Украинской православной церкви Московского патриархата «Таврида православная», газета Духовного управления мусульман Крыма «Хидает» («Верный путь»), газета мусульманской религиозной общины «Альрайд» «Возрождение».

Таким образом, газеты Крыма характеризуются достаточно широким охватом тем и проблем и удовлетворяют информационные потребности и запросы крымской аудитории. Однако, несмотря на достаточно высокий уровень развития, они ограничены региональным масштабом распространения. Среди других проблем дальнейшего развития можно также назвать нехватку в газетах молодых специалистов, а также подконтрольность многих местных газет органам власти и политическим партиям.

Исходя из классификации Сергея Корконосенко, изложенной в книге «Основы журналистики» [1], печатные издания Крыма можно разделить по территориальному распространению и охвату аудитории на *региональные, местные, внутрикорпоративные*. К *региональным* отнесем общекрымские издания, как-то: «Первая Крымская», «События», «Крымская правда», «Республика». Они рассчитаны на широкую аудиторию и распространяются по всей территории Крыма. Это обуславливает их тематическую направленность и содержание: это объемные, в том числе и аналитические, материалы, посвященные проблемам общереспубликанского масштаба.

Корпоративные издания Крыма выходят на базе крупных предприятий или объединений, например, газета «CS» ПАО «Крымский содовый завод». Преимущество в таких изданиях отдается деятельности самого предприятия, успехам и достижениям его работников. Они рассчитаны на узкоспециализированную аудиторию, поэтому тематика и стиль их написания отличаются от коммунальных и других газет.

Роль коммунальных газет в информационном пространстве Крыма

Местные газеты – это издания, распространение которых ограничивается городами, районами или поселками. Они рассчитаны исключительно на жителей города и района и посвящены местным темам и проблемам. Часто они становятся трибуной для местной власти, поскольку издаются органом местного самоуправления за счет средств местного бюджета. Это роднит их с официальными печатными медиа.

К местным газетам можем отнести коммунальные СМИ. Согласно ст. 1 Закона Украины «О государственной поддержке средств массовой информации и социальной защите журналистов» [2], **коммунальное средство массовой информации** – аудиовизуальное или печатное средство массовой информации, созданное органом местного самоуправления или органом местного самоуправления совместно с местной государственной администрацией как учредителем (соучредителем) на базе или при участии коммунальной собственности и соответствующего финансирования из местного бюджета и уставом (программными целями, программной концепцией) редакции (юридического лица) которого предусматривается, в частности, информирование граждан о деятельности этого органа и вышестоящих органов государственной власти. Из этого определения следуют основные функции, задачи и особенности коммунальных СМИ Крыма. На территории Крыма, в городах и районах, издаются и распространяются 23 коммунальные газеты. Коммунальные газеты Крыма географически охватывают всю территорию Крыма (Рис. 1).

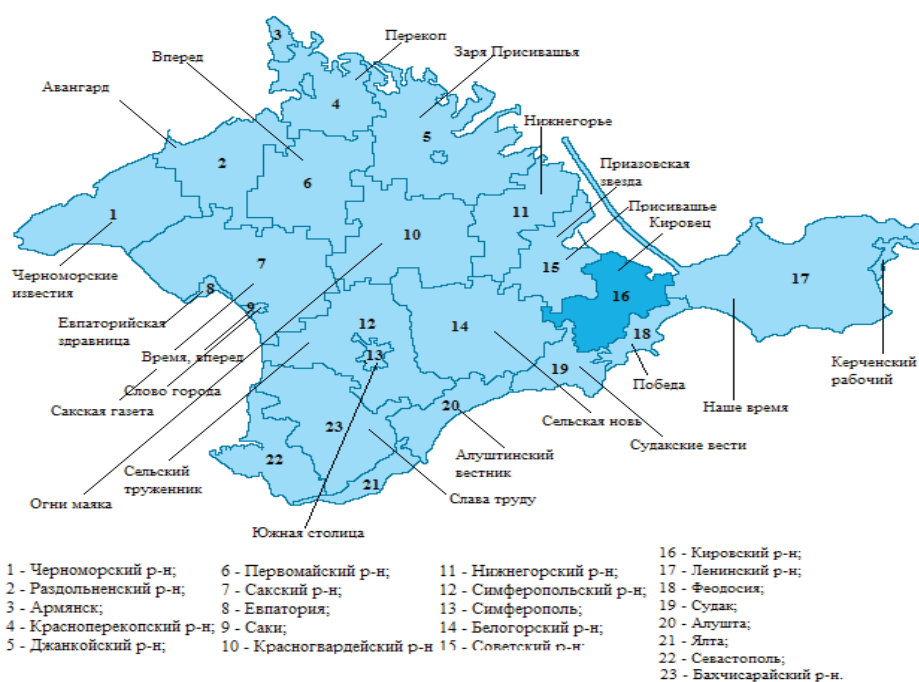


Рис. 1. Охват территории Крыма коммунальными изданиями

В целом в структуре информационного рынка Крыма количественно коммунальные газеты занимают незначительное место, однако охватывают достаточно весомый круг аудитории. Учитывая то, что больше половины территории Крыма – сельские регионы, коммунальные СМИ играют достаточно важную роль в информационной

политике полуострова. Из-за относительной отдаленности от центра с помощью коммунальных СМИ жители отдаленных регионов получают информацию о социально значимых событиях не только своего города или поселка, но и Крыма, а иногда и Украины в целом. Необходимо также учитывать, что часто коммунальные СМИ являются информационным монополистом на территории того или иного города и поселка. Это связано с крайне низким уровнем покрытия или вовсе отсутствием интернет-связи, низким уровнем интернет-грамотности населения и относительно дорогой подпиской на республиканские газеты. Поэтому коммунальные СМИ по праву можно назвать основным механизмом информирования населения на селе.

2. Краткая характеристика и функции коммунальных газет Крыма

Большинство из ныне существующих коммунальных СМИ Крыма начали свое существование в 1930-е годы. Все они публикуются исключительно на русском языке и из-за недостаточного бюджетного финансирования и доходов от рекламы (не во всех коммунальных газетах), выпуски ограничиваются 4-8 полосами, преимущественно издаются в черно-белом формате, некоторые – с первыми и последними полосами в цвете. Периодичность выхода – еженедельно, реже – два раза в неделю.

Тираж некоторых коммунальных СМИ превышает 20000 экземпляров, но преимущественно составляет 1000-3000 экземпляров (Рис. 2).



Рис. 2. Соотношение тиражей коммунальных изданий Крыма (%)

Что касается творческого коллектива, то в большинстве коммунальных СМИ он ограничивается главным редактором, который часто выполняет роль корректора и выпускающего редактора, корреспондентами, верстальщиками и наборщиками. Должности фотокорреспондентов отсутствуют ввиду недостаточного финансирования. Поэтому фотографии часто принадлежат авторам статей или пресс-службам, материалы которых перепечатываются коммунальными газетами. Что касается рекламы, то на страницах большинства изданий она размещается.

Необходимо отметить, что не каждый рекламный материал имеет соответствующую маркировку. Маркировка политической рекламы отсутствует практически всегда. Из 23 коммунальных газет Крыма 14 имеют собственные сайты.

Дадим характеристику наиболее крупным коммунальным газетам Крыма.

1. Керченский рабочий (Керчь). Издается с марта 1991 года. Распространяется в розничной сети, а также посредством подписки.

Учредитель — Керченский городской совет и трудовой коллектив КП «Редакция газеты «Керченский рабочий».

Главный редактор — Юрий Щерба.

Периодичность — еженедельно.

Тираж — 10400 экземпляров, объем — 8 полос, формат — А2.

Газета двухцветная, относится к общественно-политическим изданиям. Преимущественно на страницах газеты публикуются материалы, посвященные городским проблемам, – жилищно-коммунальному хозяйству, ценовой политике, городским мероприятиям. Отдельная рубрика отведена новостям исполкома, еще одна – материалам информационных агентств Крыма. Постоянными являются рубрики, посвященные культуре, искусству, образованию, историческим фактам. Две полосы отведены под программу телепередач. Две отданы рекламе, еще одна – гороскопу, кроссворду, объявлениям, а также развлекательным материалам.

2. Черноморские известия (Черноморский район). Издается с декабря 1997 года. Распространяется в розничной сети, а также посредством подписки, в том числе льготной.

Учредитель — Черноморский районный совет.

Главный редактор — Наталья Иванюта.

Периодичность — два раза в неделю (среда и суббота).

Тираж — 1000 экземпляров, объем — 4 полосы, формат — А3.

Газета двухцветная и представляет собой классический пример коммунальной газеты. Размещаются преимущественно официальные материалы – сообщения пресс-служб органов местного самоуправления и исполнительной власти. Одна полоса отдана под программу телепередач. На последней полосе отведено место для поздравлений, соболезнований, объявлений. В среднем в одном номере – 15 материалов. Рубрика новостей отсутствует. Что касается материалов о деятельности местной РГА, то публикуются отчеты, а не полноценные статьи. В номерах, которые выходят к праздничным датам, первая и последняя полосы печатаются полноцветными.

3. Южная столица (Симферополь). Издается с ноября 1991 года. Распространяется в розничной сети, а также посредством подписки.

Учредитель — Симферопольский городской совет.

Директор и исполняющий обязанности главного редактора – Полина Бабушкина.

Периодичность — еженедельная (пятница).

Тираж — 23 784 экземпляров, объем — 16 полос, формат — А3.

Это двухцветная газета, первая и последняя полосы публикуются в цвете. Целевая аудитория издания – органы местного самоуправления Симферополя, органы исполнительной власти городского совета, депутаты городского совета, министерства, ведомства, прочие бюджетные учреждения и предприятия города. В основном газетная площадь отводится под новости и статьи о деятельности городской власти, событиях и мероприятиях, проходивших в столице. Одна полоса традиционно – под материал о деятельности Совета министров АРК. Среди постоянно действующих рубрик – городские новости, тема недели, город и его люди, жизнь, спорт. Почти 6 полос – программа телепередач на неделю. Последняя полоса отведена поздравлениям, кулинарным рецептам, интересным фактам.

4. Победа (Феодосия). Издается с марта 1918 года. Распространяется в розничной сети, а также посредством подписки.

Учредитель — Феодосийский городской совет.

Главный редактор — Анна Трофимова.

Периодичность — три раза в неделю.

Тираж — 4000 экземпляров, объем — 16 полос, формат — А3.

Это двухцветная газета, в цвете публикуются первая и последняя полосы. Большая часть газетной площади отводится под новости и статьи о деятельности городской власти, событиях и мероприятиях, проходивших в столице. Среди постоянно действующих рубрик – жизнь города, панорама новостей, телепрограмма, ваше здоровье, ваш досуг, бесплатные частные объявления. Наряду с собственными материалами публикуются статьи, перепечатанные с интернет-сайтов. Последняя полоса отведена рекламе.

5. Приазовская звезда (Советский район). Издается с февраля 1935 года. Распространяется в розничной сети, а также посредством подписки.

Учредитель — Советский поселковый совет и трудовой коллектив редакции.

Главный редактор — Мария Оныськив.

Периодичность — раз в неделю.

Тираж — 1470 экземпляров, объем — 8 полос, формат — А3.

Черно-белая газета. В основном газетная площадь отдана под крымские новости: это перепечатки официальных сообщений пресс-служб ГУ МЧС, МВД, УГАИ. Регулярно публикуются материалы в рубриках «Новости Крыма», «Аналитика», «Здоровье», «Во саду ли в огороде». В газете есть программа телепередач на неделю, кроссворды, объявления и реклама.

6. Присивашье (Советский район). Издается с августа 2000 года. Распространяется в розничной сети, а также посредством подписки.

Учредитель — Советский районный совет.

Главный редактор — Павел Голубятников.

Периодичность — раз в неделю.

Тираж — 1072 экземпляра, объем — 4 полосы, формат — А3.

Черно-белая газета. Материалы публикуются всего на трех полосах, еще одна отведена под телепрограмму. Преимущественно на страницах издания освещаются события местного масштаба. Действует рубрика обратной связи с читателями «Спрашивали – отвечаем». В газете публикуются объявления, анонсы предстоящих событий, изменения движения поездов и т.д.

7. Огни маяка (Красногвардейский район). Издается с 1935 года. Распространяется в розничной сети, а также посредством подписки.

Учредитель — Красногвардейский райсовет.

Главный редактор — Иван Янченко.

Периодичность — два раза в неделю.

Тираж — 6000 экземпляра, объем — 12 полос, формат — А3.

Черно-белая газета. На страницах издания преимущественно освещаются события всеукраинского масштаба, публикуются материалы о решениях Кабинета Министров Украины, Верховной Рады Крыма, местные новости. Авторами материалов часто выступают местные деятели искусств, учителя, спортсмены.

8. Слава труду (Бахчисарайский район). Издается с 1932 года. Распространяется в розничной сети, а также посредством подписки.

Учредитель — Бахчисарайский райсовет.

Главный редактор — Светлана Беликова.

Периодичность — два раза в неделю.

Тираж — 1390 экземпляра, объем — 4 полос, формат — А3.

Черно-белая газета, в цвете публикуются первая и последняя полосы. Освещаются события всекрымского масштаба, публикуются материалы о решениях Кабинета Министров Украины, Верховной Рады Крыма, местные новости, а также интересные факты и события мирового масштаба и новости спорта. Авторами материалов часто являются местные учителя, спортсмены и деятели искусств. Это одна из немногих коммунальных газет, в которой действует рубрика «Спрашивали — отвечаем», посвященная обращениям читателей. Еще одна рубрика посвящена туристическим объектам Крыма. Последняя полоса традиционно посвящена поздравлениям, соболезнованиям, объявлениям, полезной информации для жителей района, например, графики отключения воды и др.

9. Сельский труженик (Симферопольский район). Издается с марта 1933 года. Распространяется в розничной сети, а также посредством подписки.

Учредитель — Симферопольский райсовет.

Главный редактор — Андрей Трофимов.

Периодичность — два раза в неделю.

Тираж — 1650 экземпляров, объем — 4 полосы, формат — А3.

Это черно-белая газета. На страницах издания в основном освещаются события всекрымского и районного масштаба: это материалы пресс-служб органов власти, правоохранительных и надзорных органов. В отличие от многих других коммунальных газет, здесь отсутствует программа телепередач, реклама и развлекательные материалы и инфографика.

10. Слово города (Сакский район). Издается с 1990 года. Распространяется в розничной сети, а также посредством подписки.

Учредитель — Сакский горсовет и коллектив редакции газеты.

Главный редактор — Эльвира Корук.

Периодичность — два раза в неделю.

Тираж — 3766 экземпляров, объем — 8 полосы, формат — А3.

Это черно-белая газета, в цвете — только первая и последняя полосы. На страницах издания освещаются события всекрымского и районного масштаба. Эксклюзивные материалы газеты публикуются без подписи автора. Перепечатки информационных агентств и пресс-служб — со ссылкой на источник. В среднем 1,5 полосы отводится под рекламу.

Большая часть коммунальных СМИ выходит один-два раза в неделю объемом 4-8 полос. Есть газеты, которые выходят трижды в неделю, ряд — объемом до 16 полос. Распространяются по подписке, а также посредством розничной торговой сети. Средний тираж — две-три тысячи экземпляров. Ряд газет («Южная столица» и «Керченский рабочий») выходят тиражом до 23 тысяч экземпляров. В связи с ограниченным бюджетным финансированием и низким уровнем доходов от рекламной деятельности, большинство из них выходит в черно-белом цвете или с цветными первой и последней полосами. Учредителями коммунальных СМИ являются органы местной власти, иногда совместно с трудовыми коллективами изданий.

Что касается **жанров** публикуемых материалов, то в ходе анализа мы пришли к выводу, что наиболее часто на газетных полосах присутствуют материалы информационных и художественно-публицистических жанров. Среди информационных — заметки, информационная корреспонденция, репортажи, среди художественно-публицистических — очерки. Реже встречаются аналитические материалы, в первую очередь это комментарии и аналитическое интервью. Жанровая политика объясняется, в первую очередь, низким уровнем расходов на выплату заработных плат сотрудникам изданий и, соответственно, их относительно низким уровнем профессиональной подготовки, а также ограниченностью газетной площади. Использование именно этих жанров не требует больших временных, интеллектуальных и материальных затрат.

Наряду с материалами собственной подготовки, часто используются перепечатки с других информационных изданий, а также сообщения пресс-служб органов власти, правоохранительных и надзорных органов.

Интересы и запросы **аудитории** являются ключевым фактором в формировании специфики как печатных, так и аудиовизуальных медиа, поскольку рентабельность и окупаемость издания зависит не только от рекламы, которая представляет собой существенную часть доходов, но и от покупательской способности населения. Соответственно, чтобы газета была прибыльной, она должна быть интересной аудитории. Вместе с тем, коммунальные издания не находятся в такой высокой зависимости от аудитории, как издания частной форм собственности. Региональные газеты ориентированы на людей старшего поколения и пенсионеров. Поэтому большая часть газетных площадей посвящена вопросам социальной политики, жилищно-коммунальной сферы и т.д.

Выводы. Учитывая то, что больше половины территории Крыма – сельские регионы, коммунальные СМИ играют достаточно важную роль в информационной политике полуострова. Они составляют всего 0,8% от общего числа зарегистрированных печатных СМИ автономии, но при этом, согласно общему еженедельному тиражу, их общая аудитория насчитывает не менее 100 тысяч читателей, что составляет примерно 5% от населения Крыма.

Вследствие относительной удаленности от центра с помощью коммунальных СМИ жители отдаленных регионов получают информацию о социально значимых событиях в Крыму и за его пределами. Необходимо также учитывать, что часто коммунальные СМИ являются информационным монополистом на территории того или иного города и поселка. Ключевая функция, возложенная на коммунальные СМИ Крыма, – информирование населения и разъяснение действующего законодательства и нормативных актов, которые часто непосредственно касаются большей части населения Крыма. Речь идет, например, о разъяснении правил оформления земельных участков, оформления социальных пособий или субсидий на оплату жилищно-коммунальных услуг.

Главным отличием коммунальных СМИ от других печатных изданий является форма государственной собственности, которая реализуется в лице органов местного самоуправления. Основные проблемы редакций этих изданий можно условно разделить на два блока – финансово-экономические и творческо-социальные. Недостаточное бюджетное финансирование сказывается, в первую очередь, на полиграфическом и тематическом качестве изданий. В условиях постоянного роста цен на услуги типографий и стоимости бумаги большинство печатных СМИ не имеет возможности повышать качество бумажного носителя и самой печати. Размер средней заработной платы не позволяет главным редакторам привлекать к работе высококвалифицированных журналистов, верстальщиков, фотокорреспондентов, при необходимости открывать корпункты или развивать сеть внештатных сотрудников. Кроме того, существенной проблемой является материально-техническое обеспечение редакций.

Одной из центральных социально-творческих проблем коммунальных СМИ является ограниченность прав редакций и свободы журналистского творчества. Недостаточное бюджетное финансирование и строгий государственный контроль над целевым расходованием средств не позволяет обеспечивать государственные социальные гарантии журналистам коммунальных газет. У руководителей таких СМИ отсутствует возможность премирования или депремирования творческого коллектива. Фиксированный размер ежемесячной заработной платы не позволяет вводить экономические стимулы для работы журналистов.

Ежегодной тенденцией для целого ряда коммунальных СМИ Крыма является снижение тиражей и подписки на номера. Таким образом, судьба коммунальных

СМИ зависит как от субъективных, так и объективных факторов – от решения самого трудового коллектива, экономической и политической ситуации в стране, ситуации на рынке рекламных услуг.

Список литературы

1. Корконосенко С. А. Основы журналистики / С. А. Корконосенко. – К.: КНУ, 2001. – 87 с.

2. Проект Закона о внесении изменений в некоторые законы Украины относительно обеспечения прозрачности собственности средств массовой информации, а также реализации принципов государственной политики в сфере телевидения и радиовещания № 2074 от 23.01.2013 / Режим доступа: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=45530

Богданович Г.Ю., Егорова Л. Г., Иванова И. И. Роль комунальних ЗМІ в інформаційному просторі Криму // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2014. – Т. 27 (66). № 1. Ч.1 – С.287-295

Стаття присвячена аналізу ролі комунальних ЗМІ в інформаційному просторі Криму. Визначено частку даного виду медіа на інформаційному ринку Криму шляхом аналізу загальної кількості зареєстрованих на півострові друкованих ЗМІ, загального тиражу комунальних газет.

Ключові слова: інформаційний простір Криму, друковані медіа, комунальні ЗМІ, інформаційна політика, жанрова палітра.

Bogdanovich G.Yu., Egorova L., Ivanova I/ The Functions of the Municipal Newspapers in Crimean Information Space // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2014. – Vol. 27 (66). No 1.1 – P.287-295

The article is devoted to an analysis of the municipal printed word media functions in Crimean Information Space. We have specified given media type share on the basis of registered on peninsula territory printed word media total amount and core audience scope on the basis of total municipal newspapers circulation. Brief description of the Crimean municipal printed word media format, periodicity, orientation, information content, editorial policy is provided, the periodicals functions, the features of data search, gathering and adaptation by the edition creative team are described.

Considering the fact that more than a half of Crimean territory is a rural area, municipal mass-media are of significant importance for peninsula information policy. 23 municipal printed word media, accounting for only 0,8 percent of the total number of a printed word media registered in Crimea, operate on the peninsula. But along with this according to the total weekly circulation their total audience is approximately 100 thousand readers that is approximately 5% percent of Crimean population.

Regional character of Crimea press, insufficient financing and facilities is a main parameter of the published materials quality and relatively limited readers quantity. Due to relatively distant position from center by means of municipal mass-media the residents of the distant regions retrieve information about socially important events in their city or village as well as in the whole world. Crucial function incumbent on Crimean municipal mass-media is informing of the residents and current legislation and regulatory enactments interpretation.

Key words: information space Crimea, print media, community media, information policy, variety of genres.

Поступила в редакцію 08.05.2014 г.