

ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070(470.621)
ББК 76.02(2Рос.Ады)
Б 57

Бешукова Ф.Б.

Доктор филологических наук, профессор кафедры литературы и массовых коммуникаций Адыгейского государственного университета, e-mail: fat32@yandex.ru

Хажгериева А.А.

Ст. преподаватель кафедры литературы и массовых коммуникаций Адыгейского государственного университета, руководитель рекламного агентства «Brend», e-mail: axazhgerieva@mail.ru

Роль и место печатных изданий в региональной системе средств массовой информации Республики Адыгея: основные тенденции развития (Рецензирована)

Аннотация:

Анализируется роль периодических печатных изданий в региональной системе средств массовой информации, выделяются основные проблемы, тенденции и перспективы их развития. Исследуются особенности функционирования основных печатных изданий, представленных на локальном медиа-рынке региона (газета «Маяк» (Майкопский район, пос. Тульский), газета «Советская Адыгея» (г. Майкоп), общественно-политическая газета «Майкопские новости» (г. Майкоп) и др.). На основе комплексного анализа медиа выявляются основные коммуникативные технологии повышения популярности СМИ в региональном медиа-пространстве. Также анализируется аудиторный состав исследуемых печатных изданий. Краткая история публикационной политики ряда популярных газет позволяет сделать выводы об основных тенденциях их развития и факторах, обусловивших популярность среди целевой аудитории. Делается вывод о том, какие факторы влияют на выбор современного читателя при выборе СМИ, в частности отмечается, что возможности охвата аудитории всех возрастов обеспечиваются расширением форматов – от печатных до электронных, среди которых достаточно эффективным является продвижение контента в социальных сетях.

Ключевые слова:

Локальная пресса, региональные СМИ, медийное пространство, печатная пресса Республики Адыгея, электронные СМИ, печатные периодические издания.

Beshukova F.B.

Doctor of Philology, Professor, Department of Literature and Mass Communications, Adyge State University, e-mail: fat32@yandex.ru

Khazhgerieva A.A.

Senior Lecturer, Department of Literature and Mass Communications, Adyge State University, Head, Brend Advertising Agency, e-mail: axazhgerieva@mail.ru

Role and place of print media in the regional media system of the Republic of Adyghea: main development trends

Abstract:

The paper analyzes the role of newspaper periodicals in the regional media system and the main problems, trends and prospects for their development. The authors examine features of the functioning of the main print publications presented in the local media market of the region (Mayak newspaper (Maykop district, Tulsy village), Sovetskaya Adyghea newspaper (Maykop), Maykop News socio-political newspaper (Maykop) etc.). Based on a comprehensive analysis of media, the publication reveals the main communication technologies for increasing the popularity of media in the regional media space. Also it analyzes audience of the studied print publications. The short history of the publication policy of a number of popular newspapers makes it possible to draw conclusions about the main trends in their development and the factors that led to popularity among the target audience. The paper points to the factors that affect the choice of the modern reader when choosing the media, in particular, it is noted that the ability to reach audiences of all ages is provided by an expansion of formats - from print to electronic, among which the promotion of content in social networks is quite effective.

Keywords:

Local press, regional media, media space, press of the Republic of Adyghea, electronic media, print periodicals.

Сложно представить жизнь современного человека без средств массовой информации, когда образованность и информированность становятся социальной нормой. В условиях информационного общества современная журналистика непосредственно связана с использованием эффективных средств коммуникации:

- пресса – средство распространения информации с помощью печатного способа воспроизведения текста и изображения;

- радио – передача звуковой информации с помощью электромагнитных волн;

- телевидение – цифровая передача звуковой и видеоинформации

- интернет - всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения, обработки и передачи информации.

Основные тенденции развития теории журналистики последних лет просматриваются в том, что если раньше вопросы влияния СМИ рассматривались преимущественно на общенациональном уровне, а предметом исследования становилась в

основном деятельность центральных СМИ, то в последние годы особое значение приобрел «региональный аспект» проблемы [1].

Особенное внимание медиаведов сегодня вызывают состояние и перспективы развития печатной прессы. Появление альтернативных источников получения информации – электронных СМИ, а также стремительный рост армии блогеров, предложивших свой разнообразный и уникальный контент потребителям, создали серьезную конкуренцию для печатных СМИ [2]. При этом нельзя утверждать, что газетная печать находится в депрессивном состоянии, некоторые газеты продолжают оставаться востребованными среди своей целевой аудитории. Детального рассмотрения заслуживают случаи, когда у печатной версии газеты уже есть электронный формат, и при этом она по-прежнему интересна и привлекательна для аудитории, а ее тиражи не снижаются.

Современный рынок периодической печати в России многообразен и представлен изданиями различной

тематики и направленности, особенное место среди этого разнообразия форматов и содержания занимает локальная пресса. Локальной прессой принято считать печатные средства массовой информации, в первую очередь, газеты и журналы, распространяющиеся в пределах определенной местности и имеющие контент, ориентированный в основном на территорию распространения.

По данным отчета Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям России в 2020 году «Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития в 2019 году» [3], тиражи локальных СМИ практически не снижаются в отличие от других сегментов печати. При этом по данным Роскомнадзора, число действующих печатных СМИ в России с каждым годом уменьшается. На парламентских слушаниях в российской Госдуме «Печатная пресса России: состояние и перспективы» 4 апреля 2019 года отмечалось, что общее количество зарегистрированных в стране печатных СМИ к настоящему времени сократилось до 46,5 тысячи наименований, хотя еще два года назад их было 73 тысячи. Чем объясняется подобный парадокс, и в чем заключается секрет стабильности функционирования региональных печатных изданий в сложной экономической ситуации, в условиях высокой конкуренции и пандемии коронавирусной инфекции? Какие функции, выполняемые региональной газетой, позволяют ей оставаться востребованной и интересной для читателя?

Рассмотрим эти вопросы на примере печатной прессы Республики Адыгея. Наряду с другими субъектами Российской Федерации Республика Адыгея также активно продвигает и развивает республиканские средства массовой информации и коммуникации. В ходе комплексного анализа медийного пространства региона, с учетом инфраструктуры (контента СМИ,

опроса аудитории, уровня финансирования и охвата аудитории и др.) было выявлено, что самым развитым средством массовой информации в республике остается печатная пресса.

На данный момент среди функционирующих в регионе печатных изданий можно выделить следующие: газета «Маяк» (Майкопский район, пос. Тульский), общественно-политическая газета «Согласие» (Тахтамукайский район, аул Тахтамукай), рекламно-информационная газета «Про вас» (пос. Яблоновский), газета «Советская Адыгея» (г. Майкоп), газета «Адыгэ МакЪ» на адыгейском языке (г. Майкоп), еженедельная общественно-политическая газета «Аргументы и факты» (г. Майкоп), общественно-политическая газета «Майкопские новости» (г. Майкоп), рекламно-информационная газета «Ориентир» (г. Майкоп), рекламно-информационная газета «Ваш надежный спутник», детский журнал «Родничок Адыгеи» (г. Майкоп), группа рекламно-информационных газет «Анонс» (г. Майкоп), газета частных рекламных объявлений «Афиша» (г. Майкоп).

Следует отметить, что список печатных СМИ в советские времена был значительно шире, но в целом интерес к региональным печатным СМИ среди населения республики сохраняется, что, по всей вероятности, обусловлено следующими факторами:

- печатные издания имеют достаточно низкую стоимость, присутствуют в продаже в специализированных киосках по продаже печатной продукции «Адыгея Интерсвязь» в каждом районе г. Майкопа, таким образом, каждый житель республики может приобрести свежий выпуск по доступной цене;

- население республики, пусть в меньшей степени по сравнению с советским периодом, но все же пользуется возможностью подписки на местные еженедельные издания;

- печатные издания обладают высоким уровнем доверия среди населения, особенно среди зрелой аудитории;

- целевая аудитория объединена географическим или территориальным признаком (общим местом жительства – Республика Адыгея);

- местная печатная пресса учитывает в своей редакционной политике традиции и особенности национального уклада, в связи с чем публикуемые в ней материалы в большей степени соответствуют интересам и информационным запросам читателей;

- местная пресса хорошо освещает широкий круг общественных интересов, дает читателю актуальную информацию о насущных проблемах, новостях и событиях в регионе;

- печатные СМИ дают возможность для отложенного чтения, а также вернуться к материалу, который вызвал особый интерес для уточнения деталей и фактов;

- печатные СМИ обладают высокой содержательной частью информационного материала, детализацией сообщений, аналитикой, разъяснением, позицией и оценкой (комментарием), формированием ценностей;

- печатные СМИ формируют позицию у аудитории по актуальным проблемам, апеллируют к общенациональным ценностям.

Ретроспективный анализ показывает, что печатные СМИ Адыгеи развивались достаточно активно, об этом пишет Заур Хуако в своем издании «Краткая газетная энциклопедия» [4:5-72], освещая историю периодики Адыгеи в период 1905-1996 годов. Структура энциклопедии состоит из шести разделов, соответствующих типам печатных СМИ:

- газеты;
- альманахи, бюллетени, журналы;
- воззвания, листовки;
- издательства, агентства;
- печать адыгейской диаспоры;
- общекавказские издания.

В первый блок «Газеты» включены краткие типологические описания газет Адыгеи, издававшихся в республике с 1922 по 1996 год включительно. В целом З.Хуако собрана база периодических изданий, которая насчитывает описание 160 наименований. Экземпляры многих газет хранятся в Национальной библиотеке и научной библиотеке Адыгейского государственного университета.

Современные печатные региональные издания, которые появились в начале 90-х годов («Советская Адыгея», «Майкопские новости», «Маяк»), пользуются достаточным спросом у определенной целевой аудитории (в основном, у людей пожилого возраста).

Республиканская общественно-политическая газета «Советская Адыгея» была основана 13 октября 1922 года под названием «Черкесская правда», затем газета неоднократно меняла свое название, а современный заголовок появился 1 января 1991 года. «Советская Адыгея» – официальный печатный орган Правительства Республики Адыгея на русском языке с правом публикации на адыгейском языке. После опубликования в приложении «Адыгея официальная» вступают в силу государственные документы Республики Адыгея: законы РА и акты Главы РА, Кабинета Министров РА, министерств и ведомств. Учредителем газеты является Комитет Республики Адыгея по делам национальностей, связям с соотечественниками и СМИ. Сегодня печатная версия газеты имеет формат А3, состоит из 8 полос, периодичность выходов - 5 раз в неделю, ежедневный тираж - 6300 экземпляров, всего в год 240 выпусков. С 2014 года выходит электронная версия газеты «Советская Адыгея» (www.sovetskaya-adygeya.ru), у газеты есть и мобильное приложение для Android устройств (приложение доступно в GooglePlay, название «Советская Адыгея»). Чтобы сохранять

актуальность и быть ближе к современному читателю газета имеет страничку в популярной социальной сети Инстаграм - @sov.a_online, имеет более 25,2 тыс. подписчиков и является достаточно востребованным информационным ресурсом среди молодежной и средневозрастной аудитории (средний возраст пользователей 18-45 лет).

Можно сделать вывод, что редакция газеты «Советская Адыгея» использует широкий диапазон современных коммуникационных инструментов и применяет новейшие технологии для поддержания тесного контакта со своей аудиторией, диверсифицирует способы подачи информации для аудиторий различных возрастных групп: молодежь привлекает новый удобный электронный формат газеты, аудитория зрелой возрастной группы отдает предпочтение консервативному формату издания - печатной версии. Такой способ адаптации редакции к современным условиям позволяет выдерживать конкуренцию в сложных условиях современной действительности в медиасфере.

Городская газета «Майкопские новости» также имеет длительную историю – первый номер вышел 15 июня 1913 года. Издание открывалось редакционным манифестом: «Выпуская в свет первый номер «Майкопских новостей», редакция ставит себе заданием – освещать как можно объективнее, ярче, шире и глубже все стороны местной жизни...». Отметим, что выход номеров прекращался на длительный период и возобновился лишь 1 января 1991 года. С этого момента городской читатель три раза в неделю имеет возможность получать свежий номер газеты. Учредителем является Муниципальное автономное учреждение «Редакция городской газеты «Майкопские новости» Муниципального образования «Город Майкоп». Сегодня печатная версия газеты имеет формат А3 из 8 полос, периодичность выхода - 3 раза в

неделю, тираж - 7000 экземпляров. С 2014 года выходит электронная версия газеты «Майкопские новости» (www.maykop-news.ru). Сохранять и поддерживать интерес читателей помогает online-версия газеты в социальной сети Инстаграм - @maikopskienovosti, где более 3,2 тыс. подписчиков регулярно следят за событиями и новостями города, делятся комментариями и дают обратную связь, благодаря современному приложению. Этот формат особенно привлекателен для аудитории возрастного диапазона от 18 до 45 лет.

Таким образом, для сохранения и поддержания интереса аудитории издание использует несколько информационных каналов: печатная и электронная версия, присутствие в социальных сетях. Как следует из опыта центральных СМИ, такая система достаточно эффективна и обеспечивает стабильную реализацию информационной политики издания.

Достаточно популярна среди местного населения районная общественно-политическая газета «Маяк», первый выпуск которой, первоначально называвшейся «Сталинец», увидел свет 24 апреля 1936 года в станице Тульской, в то время входившей в состав Азово-Черноморского края (сведения об этом сохранились во втором томе много-томного библиографического справочника «Газеты СССР, 1917-1960», изданного в Москве в 1976 году). Под названием «Маяк» газета Майкопского района вышла 1 октября 1966 года (об этом свидетельствует хранящаяся в архиве редакции подшивка первых изданий «Маяка»). В районном краеведческом музее имени супругов И.В. и Е.И. Жерноклевых сохранился только шестой номер районной газеты «Сталинец», датированный 3 июня 1936 года. Первоначально периодическое издание называлось так потому, что появилось в эпоху, когда страной руководил Иосиф Виссарионович Сталин. Газета выходила с периодичностью 10 раз в

месяц в качестве органа Тульского райкома ВКП (б) и райисполкома.

За долгую историю своего существования районная газета пять раз меняла свое название, но направленность сохранялась — освещение жизни и наиболее важных проблем, новостей и событий Майкопского района. Материалы газеты уже долгое время служат информационным, историческим и культурным ориентиром для многих поколений района, выполняя информационную, культурологическую и воспитательную миссию. Сегодня печатная версия газеты имеет черно-белый формат А3, периодичность выхода - 2 раза в неделю, тираж - 3000 экземпляров. В 2020 году вышла обновленная электронная версия «Маяка» (www.mayak-01mr.ru). Активно работает страничка в Инстаграм - @mayak_tulskiy_official, которая имеет более 2,8 тыс. подписчиков. Благодаря комплексному подходу в подаче информации современному читателю, газета продолжает оставаться востребованной и актуальной.

На основании исследования особенностей функционирования основных современных печатных изданий Республики Адыгея в контексте истории их появления и развития, можно предположить, при помощи каких медийных и коммуникативных технологий региональным средствам массовой информации удается выдерживать конкуренцию и сохранять актуальность на рынке локальной прессы:

- объединение целевой аудитории территориальным признаком (общим местом проживания) создает преимущества для местных газет, по сравнению с центральными;

- региональная пресса ориентируется на менталитет, историю, традиции и национальные интересы (например, модель поведения старшего поколения становится нравственным ориентиром для

молодежи), в связи с чем, публикуемые материалы в значительной степени соответствуют интересам читателей;

- региональные газеты, которые имеют длительную историю становления являются авторитетными источниками получения информации для читателей;

- стремление учитывать информационные запросы местных жителей, адаптация к основным тенденциям технического прогресса, совершенствование способов подачи информации позволяют местной прессе оставаться актуальной;

- поддержка со стороны органов власти: власти республики активно обсуждают дальнейшие перспективы развития не только печатных, но и электронных СМИ, ежегодно проводят ряд мероприятий для укрепления и развития региональной прессы, ежегодно вручаются премии в области журналистики.

Стремление учитывать особенности быта и нравов в локальном регионе позволяет местной прессе реализовывать на практике «принцип близости к читателю» посредством выбора материалов, наиболее интересных для аудитории, и способов подачи информации. Все местные издания, которые функционируют сегодня в регионе, прошли сложный путь адаптации к современным условиям: были созданы электронные версии, организованы постоянно обновляемые страницы в популярных социальных сетях. Подобная гибкость дает возможность региональной прессе существовать и развиваться в новых условиях, оставаться интересной и востребованной для местного читателя. Отмеченные нами тенденции сохранения традиций, преобразований традиционных и поиска новых форматов информационного вещания — условия успешного функционирования современной региональной прессы.

Примечания:

1. Бешукова Ф.Б., Куфанова Д.И. К вопросу о «регионализации» печатных СМИ (на примере газетных и журнальных СМИ Республики Адыгея) // Вестник

Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. Майкоп, 2010. Вып. 2. С. 57-61.

2. Мальцева Р.И. Методы воздействия современных средств массовой информации на сознание и поведение аудитории // Научные труды факультета журналистики КубГУ. 25 лет журналистскому образованию на Кубани: сб. статей. Краснодар: Новация, 2016. С. 99-102.

3. Официальный сайт Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. URL: <https://fapmc.gov.ru/rospechat/activities/reports/2020/pechat3.html> (дата обращения: 7.10.2020).

4. Хуако З.Ю. Краткая газетная энциклопедия: периодика Адыгеи. 1905-1996. Майкоп: Адыг. респ. кн. изд-во, 1966. – 164 с.

References:

1. Beshukova F.B., Kufanova D.I. On the issue of “regionalization” of print media (based on the newspaper and magazine media of the Republic of Adygheya) // Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Philology and the Arts. Maikop, 2010. Iss. 2. P. 57-61.

2. Maltseva R.I. Methods of the influence of modern media on the consciousness and behavior of the audience // Scientific works of the Faculty of Journalism of KubSU. 25 years of journalism education in the Kuban area: coll. of articles. Krasnodar: Novatsiya, 2016. P. 99-102.

3. The official site of the Federal Agency for Press and Mass Communications. URL: <https://fapmc.gov.ru/rospechat/activities/reports/2020/pechat3.html> (access date: 7.10.2020).

4. Khuako Z.Yu. Brief newspaper encyclopedia: periodicals of Adygheya. 1905-1996. Maikop: Adyghe Rep. Publishing house, 1966. 164 pp.