

АЛЬ-ХАТАЛ БАССАМ АБДУЛЛАХ АБДУЛДЖАББАР, ЧУЧАЛИН В. В.
ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПОДСИСТЕМЫ
ПЕЧАТНЫХ СМИ УДМУРТИИ В ПЕРИОД
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ РОССИИ

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние системы СМИ России. Приводятся статистические данные о печатных изданиях последних лет. Анализируются современные изменения в типологии прессы Республики Удмуртия: признаки, факторы, особенности, а также перспективы развития газетной периодики.

Ключевые слова: СМИ, трансформация, типология, система, пресса, демократизация.

AL-HATAL BASSAM ABDULLAH ABDULLJABBAR, CHUCHALIN V. V.
TYPOLOGICAL TRANSFORMATIONS OF PRINTED MEDIA OF UDMURTIA
IN THE PERIOD OF SOCIO-ECONOMIC CHANGES IN RUSSIA

Abstract. The article examines the current state of the media system of Russia. The statistical data on Russian printed press of the recent years is provided. The authors analyze the modern changes in the press typology of the Republic of Udmurtia. The features, factors and prospects for the development of the Republic newspaper periodicals are considered.

Keywords: mass media, transformation, typology, system, press, democratization.

Период трансформации в функционировании системы СМИ России последних лет совпал с процессом государственной реструктуризации, нормативно-правового закрепления новых методов работы в условиях демократических преобразований, политики гласности, построения нового государственного аппарата, интерпретации политической парадигмы бывшего СССР. Кроме того, данный период характеризовался глобальным технологическим развитием, коснувшимся, в первую очередь, информационно-коммуникационной сферы человеческой жизни. Развитие сети Интернет как выражение информационно-технического прогресса повлияло на всю структуру СМК (средств массовой коммуникации), и, в частности, на подсистему печатной журналистики. В результате динамичных информационных изменений типологическая и жанровая системы массмедиа России качественно изменились. «Трансформации в СМИ произошли как под влиянием серьезных перемен в социальной структуре и политической системе российского общества, так и под воздействием организационно-технологических нововведений в инфраструктуре информационно-вещательной деятельности» [1, с. 74].

Интернет задал новую информационную политику, с одной стороны, в подходе к созданию новостного продукта – его объема, времени сбора информации, переработки,

скорости создания, представлении аудитории. С другой стороны, Интернет на сегодняшний день является серьезным конкурентом печатной периодике, что выражается в скорости трансляции, доступности, оперативности и плюрализме мнений и точек зрения по рассматриваемым новостным поводам. Стоит отметить, что, в целом, единая информационная система России потеряла целостность, прежде всего, в ракурсе геополитических преобразований. Академик В. В. Тулупов в своей книге «Региональная пресса: характер прессы в переходный период» указывает на существенное падение тиражей периодических изданий общегосударственного значения, подчеркивая, что несмотря на это «количество подписчиков на региональные газеты возросло, поскольку, безусловно, наметился сдвиг интересов аудитории с общедофедерального на региональный уровень, ведь именно там реально решаются ее жизненные проблемы» [3, с. 41].

Российская система СМИ и сегодня претерпевает трансформационные изменения, которые обусловлены отходом от централизованного, авторитарного государства к демократическому, правовому обществу, с присущими ему соответствующими социальными нормами. Происходит активная эволюция ролей множества понятий и социальных институтов; на смену старой терминологии приходит новый языковой корпус вследствие активного внедрения новых технологических решений, смены технического оснащения. На смену единому институту по созданию, тиражированию и распространению информации, строго интегрированному в конструкт партийно-государственной координации, пришли современные российские СМИ, которые размножились на большое количество самостоятельных подструктур; их учредителями, равно как с государственными органами, становятся и множественные партийные, политические, общественные, коммерческие объединения и фирмы, а также физические лица.

Таким образом, вследствие социополитических трансформаций, произошедших в стране, региональная (республиканская) пресса усиливает свои позиции и право на независимое функционирование наравне с общедофедеральными средствами массовой информации. Это обусловлено сменой вертикального на горизонтальный тип координации СМИ. Можно сказать, что происходит масштабная децентрализация, демонополизация и регионализация СМИ.

Регионализация на сегодняшний день – важная черта современного состояния СМИ в России. Для данного процесса характерно типологическое и функциональное разделение местных СМИ, увеличение их влияния на социально-политическую жизнь субъектов РФ. Данная динамика активна, она стимулирует продвижение множества субъектов федерации к социокультурной суверенности. Региональные средства информации играют роль одного из механизмов социального управления, кроме того, они выполняют воздействующую роль в

удовлетворении информационных, социокультурных потребностей аудитории.

Одной из важнейших черт региональных СМИ является возможность активной функции обратной связи со своей аудиторией. Социально-технологические перемены, инициировавшие коренные изменения в структуре и функциях центральной и провинциальной прессы, запускают новый процесс – «формирование рекомбинаторной систематики многочисленных типов печатных СМИ, представляющих собой в новейшей истории страны самостоятельные звенья интегральной организации – общей (всероссийской) системы средств массовой информации. И в этой систематике прессы, функционирующей в конвергентных условиях в периметрах отдельных республик, проявляются не только разноуровневые типологические и элементно-оформительские трансформации. Не меньшее значение имеют и диффузные структурно-содержательные интерпретации медиатекстов – полифонических продуктов коммуникационных организаций» [1, с. 127].

Рассматривая типологическую трансформацию печатной периодики, целесообразно рассмотреть характеристики, присущие новой, сформировавшейся системе. По своей структуре она сохранила некоторые традиции упраздненной системы советской периодики. К ее основным типологическим характеристикам следует отнести: «во-первых, периодичность выхода газеты. Ежедневными в РФ считаются газеты, выходящие как каждый день, так и два-три раза в неделю; во-вторых, область распространения. Отсюда их деление на надрегиональные и региональные (или местные). Региональные газеты выполняют функцию местных информаторов, так как «выходят» под общим заголовком и имеют внутренне другую наполненность номера – так называемые местные части; в-третьих, адресат или аудитория, на которую рассчитано издание. В этом случае пресса подразделяется на качественную, качественно-массовую (смешанную) и бульварную. Качественно-массовыми, как правило, являются региональные газеты. Внутри этой подсистемы в отдельную группу исследователи выделяют абонементные или подписные издания; в-четвертых, принадлежность печатного издания к той или иной информационной группе или издательскому концерну» [2, с. 231].

От конъюнктуры издания, его жанрового разнообразия контента в существенной степени зависит политическая ориентация издания, его типологическая ниша. Стоит отметить, что на сегодняшний день типологическое исследование прессы очень важно, поскольку создание современной научной типологии газет – важнейшая задача, так как знание типологических трансформаций дает возможность проследить генезис изменений, которые характерны для переходного и постпереходного периода развития региональных СМИ на рубеже второго десятилетия XXI века.

Говоря о российском газетном рынке последних лет, следует отметить, что ему свойственно разнообразие изданий разной типологии. Важный сектор информационной системы страны занимает государственная региональная и муниципальная пресса, финансируемая из бюджетов разных уровней. Поле их информационной деятельности, тематическая широта контента, жанров обусловлены интересами учредителей и стоящих за ними финансово-промышленных объединений. Это накладывает последствия на отображение выпускаемого ими информационного продукта, что выражается в политической ангажированности, представлении не объективной и полной информации о существующих социальных отношениях, событиях и фактах, на создании новостных продуктов, конструирующих некий суррогат социальной реальности, ввиду многочисленных устных и официальных запретов и ограничений, согласно которым осуществляется политика редакции. Вместе с тем, печатные издания становятся активными рекламными площадками, меняя тем самым свое типологическое положение ввиду экономических интересов заработка. Как правило, такая тенденция приводит к уменьшению аудитории, оттоку читателей и, как следствие, снижению авторитетности издания (по результатам соцопросов).

Анализируя количественную динамику всей системы СМИ в России последних лет, следует подчеркнуть, что, согласно данным Роскомнадзора, по состоянию на 17 февраля 2016 года официально зарегистрировано 83 352 структур средств информации. Лидирующие позиции – около 2/3 от общего количества – занимают печатные издания – журналы и газеты. В процентном соотношении – это 37% и 28% соответственно. Онлайн-СМИ и ТВ занимают практически равные позиции – 11% и 10%. На радио приходится 7%. Количество же информационных агентств существенно меньше – около 2% [4].

Что касается динамики количественных трансформаций СМИ Удмуртии, необходимо следует отметить, что на начало 2017 года по данным Агентства печати и массовых коммуникаций числятся 262 зарегистрированных издания. Печатные издания составляют 159 наименования, электронные СМИ – 103. Также в республике издается 40 журналов, 115 газет, 3 бюллетеня, 1 альманах. По статистическим данным, зарегистрировано 16 радиоканалов, 2 телеканала, 10 печатных СМИ. Кроме того, функционировали еще 60 СМИ, которые, являясь продолжающимися, – выходили в свет не более 1 года – были закрыты). 38 наименований СМИ являются подведомственными Агентству печати и массовых коммуникаций. Это 36 наименований газет и журналов, а также телерадиокомпания и информационное агентство «Удмуртия» [4].

За 2016 год Агентство учредило 2 новых государственных средства коммуникации – это региональная служба новостей «Удмуртия» и общественно-политический журнал «Республика», которые типологически относятся к прогосударственным изданиям. В их

функцию входит, прежде всего, пропаганда позитивных фактов из жизни региона, освещение достоинств и преимуществ государственных инициатив.

Таким образом, современные региональные подсистемы массмедиа приобретают черты типологически полноценных и содержательно плюралистских изданий, которые состоят из множества подсистем – независимых информационно-идеологических организаций субъектов федерации, которые, в свою очередь, инфраструктурируются из множественных типов периодических изданий [1, с. 96]. Типологическая принадлежность СМИ Удмуртии определяется следующими типобразующими факторами: учредитель (издатель) – целевая ориентация (программа) издающей организации – аудитория (реальная, фактическая, потенциальная). Кроме того, своеобразие типологической характеристики прессы Удмуртии дополняется системно-элементными особенностями информационных периодических изданий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антонова В. И. Региональная печать в системе российской журналистики: типология, жанрообразование. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2006. – 158 с.
2. Киричек П. Н. Реформация прессы региона: От гласности к свободе слова // Мордовия в период реформ: Материалы 11 науч. чтений. – Саранск: Тип. «Крас. Окт.», 2001. – С. 115–136.
3. Тулупов В. В. Региональная пресса: характер трансформации в переходный период // Вестн. Моск. ун-та. Сер. № 10. Журналистика. – 2003. – № 2. – С. 40–49.
4. МедиаДиггер – интернет-платформа исследования и консолидации медиа рынка в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediadigger.ru/smi-rossii-v-2016-analiz-dannyh-za-25-let/>.