Чибисова О. В.
ГАЗЕТЫ КАК КОМПОНЕНТ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА
ХАБАРОВСКОГО КРАЯ

Чибисова О. В.
O. V. Chibisova

ГАЗЕТЫ КАК КОМПОНЕНТ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ХАБАРОВСКОГО КРАЯ

NEWSPAPERS AS A COMPONENT OF THE Khabarovsk Territory Information Space

Чибисова Ольга Владимировна – кандидат культурологии, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре); 681000, г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27; 89098975782. E-mail: olgachibisova@yandex.ru.

Ms. Olga V. Chibisova – PhD in Cultural Studies, Associate Professor, Department of Linguistics and Intercultural Communication, Komsomolsk-on-Amur State Technical University (Russia, Komsomolsk-on-Amur); 681000, Komsomolsk-on-Amur, 27 Lenin Str.; tel. 89098975782. E-mail: olgachibisova@yandex.ru.

Аннотация. В данной статье дается обзор газет, выпускаемых в Хабаровском крае, как одной из составляющих информационного пространства края. Автор классифицирует издания по принципу территориального распространения и по тематике, а также описывает основные типологические признаки, характерные для каждой выделенной группы. На основе проведенного исследования автор делает выводы об особенностях тематического распределения информации и показывает доминирующие темы, на трансляцию которых ориентирован данный сегмент информационного пространства.

Summary. This article provides an overview of newspapers produced in the Khabarovsk Territory as one of the constituent information areas of the region. The author classifies periodicals according to the principle of territorial distribution and by subject, and describes the main typological features that are characteristic of each selected group. Based on the conducted research the author draws conclusions about the specifics of the thematic distribution of information and shows the dominant topics, on the broadcasting of which this segment of the information space is oriented.

Ключевые слова: Хабаровский край, информационное пространство, газеты, доминирующие темы.

Key words: Khabarovsk territory, information space, newspapers, dominant topics.

УДК 13.11.25

Исследование проведено при поддержке Правительства Хабаровского края. Договор № 192/2017 Д от 19.06.17 о предоставлении гранта на проведение научных исследований в области гуманитарных и общественных наук.

Региональный уровень медиапространства Хабаровского края является составной частью медиапространства России и как таковой он не только изоморфен информационной среде всей страны, но и обогащает ее собственными информационными компонентами. Поэтому сегодня существенное внимание заинтересованных лиц вызывает изучение особенностей локальных средств массовой информации, обусловленных некоторой обособленностью и самостоятельностью местной прессы вопреки ее включенности в глобальное информационное поле. Анализ современной отечественной научной литературы указывает на неравнозначность степени разработанности вопросов, затрагиваемых в данном исследовании. Достаточно обстоятельно изучена типология периодической печати (Гуревич, 2004; Дзялошинский и Дзялошинская, 2012; Золотухин, 2006; Курилов, 2016; Поплавская, 2016), ее жанровая специфика и творческая составляющая (Ким, 2011; Лазутина и Распопова 2011; Кройчик, 2015; Шевелевский, 2015). Существует ряд работ по особенностям современной региональной прессы (Мельник и Тепляшина, 2011; Носаев, 2014; Карпо-

ва, 2016), отдельно изучались провинциальная периодическая печать в Орловском регионе (Кондратенко, 2016), Ставропольская газетная периодика (Шандрыглова, 2016), Таджикская журналистика (Хамидов, 2010), Нижегородская пресса (Пугачев, 2015), Воронежское информационное поле (Тулупов, 2013). Тем не менее культурологическое изучение газет как компонента информационного пространства Хабаровского края до этого момента не предпринималось.

По данным официального сайта Правительства Хабаровского края [4] на территории края на 18 апреля 2017 г. зарегистрировано 135 периодических печатных изданий. Из них нам удалось выявить 71 газету (некоторые издания не имеют интернет-сайтов или же данные об их существовании на сегодняшний день отсутствуют, так как единого реестра СМИ Хабаровского края на сегодняшний день не существует), которые были классифицированы:

1) по принципу территориального распространения:

- *региональные выпуски федеральных изданий*: «Комсомольская правда. Хабаровск», «Российская газета. Хабаровск», «Коммерсант-ДВ», «Московский комсомолец в Хабаровске», «АиФ-Дальинформ», «Аргументы и факты. Хабаровск», «Бизнес-газета Дальний Восток», «Из рук в руки. Хабаровск», «Из рук в руки. Комсомольск-на-Амуре», «"Жизнь" Хабаровск, Благовещенск, Владивосток», «Амурский меридиан» (11 газет);

- *краевые*: «Тихоокеанская звезда», «Приамурские ведомости», «Хабаровский край сегодня», «Стратегия губернатора», «Вести Ассамблеи народов Хабаровского края», «Молодой дальневосточник XXI век», «Время ДВ», «Дальневосточные Бизнес-Вести» (8 газет);

- *городские*: «Амурский лиман» (г. Николаевск-на-Амуре), «Амурская заря» (г. Амурск), «Наш город Амурск» (г. Амурск), «Дальневосточный Комсомольск» (г. Комсомольск-на-Амуре), «Хабаровский Экспресс» (г. Хабаровск), «Наш город» (г. Комсомольск-на-Амуре), «Новый Даль-экспресс» (г. Комсомольск-на-Амуре), «Свежий номер» (г. Комсомольск-на-Амуре), «Хабаровские вести» (г. Хабаровск), «Горячий самовар» (г. Хабаровск) (10 газет);

- *районные*: «Ануйские перекааты» (Нанайский район), «Амгуньская правда» (район имени Полины Осипенко), «Амурский маяк» (Ульчский район), «Бикинский вестник» (Бикинский район), «Восход Ванино» (Ванинский район), «Вяземские вести» (Вяземский район), «Звезда Севера» (Аяно-Майский район), «Охотско-эвенская правда» (Охотский район), «Наше время» (район имени Лазо), «Сельская новь» (Хабаровский район), «Советская звезда» (Совгаванский район), «Солнечный меридиан» (Солнечный район), «Рабочее слово» (Верхнебуреинский район), «Приамурье» (Комсомольский район) (14 газет);

2) по тематике:

- *отраслевые*: «Университетская жизнь в КнАГТУ» (Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет), «Крылья Советов» (КНААПО), «Амурец» (Комсомольский ОАО АСЗ), «За сталь» (ОАО «Амурметалл»), «Энергетик ДГК» (АО «Дальневосточная генерирующая компания»), «Дальневосточная Магистраль» (ОАО РЖД) (6 газет);

- *специализированные*: «Боевое братство», «Казачий вестник», «Хабаровский пенсионер», «Ваше право», «Комсомольская надстройка», «На Выставке», «Солнышко», «Антенна», «Анонс-ТВ», «Наш регион – Дальний Восток», «Работа & Обучение», «Коммерсантъ», «Работа сегодня» (13 газет);

- *рекламно-информационные*: «Рекламный курьер», «Максимум рекламы», «Афиша Пресс», «Хабаровская продажа», «Хабаровская аренда», «Презент», «Давай», «Вся недвижимость Комсомольска», «Экспресс-курьер № 1» (9 газет).

Кратко охарактеризуем каждую из указанных групп.

Региональный выпуск федерального издания является универсально-тематическим изданием, выходящим под одним названием с общероссийским, но отличающимся от последнего содержанием своей региональной части. Региональная часть может выглядеть как региональное приложение к московскому варианту «АиФ» и «КП-толстушка», а может быть органической частью неделимой структуры с единым логотипом («Новая газета», «Московский комсомолец», ежедневная «Комсомольская правда»). Чтобы выглядеть более привлекательными для местного сообщества эти издания выносят на первые страницы не только федеральные, но и местные новости, подчер-

кивая равнозначность, а иногда и приоритетность местной информации, географически близкой населению. Если сравнить номер «Московский комсомолец Хабаровск» и «Московский комсомолец Астрахань» от 1 мая 2017 года, то можно заметить, что общими новостями будут «Переломы. Ушибы, вывихи: пассажиры самолета Москва-Бангкок пострадали в воздухе», «Утверждены новые требования к сотрудникам ГИБДД, принимающим экзамены на права» и «У берегов Великобритании задержаны семеро украинцев». В «МК Хабаровск» к ним добавляются публикации «Трех Хабаровских высокопоставленных экс-чиновников отправят на скамью подсудимых» и «Из-за курса юаня вырос спрос на приграничные шоп-туры», а в «МК Астрахань» – «На телеканале "Россия-1" вышел сюжет о книге из Архангельской области» и «Истина в вине: в Архангельске поставили скандальный спектакль "Пьяные"». Следовательно, одной из главных типологических особенностей федерально-региональных газет является характер модели их функционирования, заключающейся в использовании согласованных и взаимонаправленных потоков информации между федеральными и региональными редакциями. Второй типологической особенностью выступает вариативность и децентрализация, позволяющая удовлетворять потребности читателей конкретного региона, имеющего целый ряд социокультурных различий. К третьей особенности относится двусоставность многих параметров и элементов газеты: на уровне федеральных и региональных редакций, журналистских коллективов, на уровне общедоверальной и местной целевой аудитории, на уровне внутренней структуры газеты и ее композиционно-графического стиля. Все это позволяет федерально-региональным газетам приобрести такие статусные признаки, как социальная адресность и широта охвата аудитории. Но с другой стороны, по мнению А. А. Золотухина [2], использование подобных технологий может привести к размыванию имиджа марки, поскольку региональные представительства не всегда способны полностью воспроизводить все характеристики «материнского» издания вследствие отсутствия необходимых ресурсов или по причине наличия иных целей и задач.

Краевые (региональные) газеты так же как и федерально-региональные в своем большинстве являются универсально-тематическими изданиями. Они нацелены на освещение местных событий и распространяются на довольно широкую аудиторию в пределах своего региона. Хотя краевые газеты специфичны для каждой территории, их главные функции совпадают: в первую очередь они должны быть информационными, обзорными и аналитическими, а затем уже рекламными и развлекательными. Старейшими и самыми крупными изданиями являются газеты «Тихоокеанская звезда», «Молодой дальневосточник XXI век» и «Дальневосточные Бизнес-Вести».

Общее изменение коммуникативного пространства, связанное с появлением интернета, равно как и увеличение каналов передачи информации традиционными СМИ вызвало снижение совокупных разовых тиражей газет и их периодичности. Традиционно региональные газеты выходили ежедневно или пять раз в неделю, но в настоящее время практически все перечисленные краевые газеты, за исключением «Тихоокеанской звезды», являются еженедельниками. Кроме того, появилась зависимость газет от субсидий исполнительной власти, так как ни одна из краевых газет не способна существовать только за счет тиража, а доходы от рекламной деятельности «перетягивают» на себя рекламно-информационные издания. Эта зависимость привела к обострению взаимоотношений краевой прессы и власти, в результате чего на сайте DVHAB.RU начали появляться публикации М. Молотова, обвиняющие некоторые Хабаровские СМИ в деградации, превращении в «бюджетных наркоманов», «придворные» издания и «официальный рупор мэрии». Краевая власть, напротив, уверена, что она «не ограничивает независимость прессы» и «ни на кого не давит» [1] и поэтому «постоянно генерирует информационные поводы для СМИ» на специальной странице «Для СМИ» своего сайта [4].

Результат контент-анализа краевых газет позволил отметить, что, хотя спектр рассмотрения различных аспектов жизни населения в них неоднороден, он схож в том, что газеты стремятся публиковать материалы, отвечающие информационным потребностям местной аудитории. Газеты не только информируют о деятельности власти, но и печатают консультативные материалы юридического характера. Они сообщают читателям о национальных проектах, местных нововведениях и поднимают проблемные темы.

Городские газеты являются самым многочисленным типологическим классом, объединенным главным идентификационным признаком – территорией распространения (локальностью). Эти качественные массовые или специализированные издания занимают объемную нишу и удерживают прочные позиции в информационном пространстве одного или нескольких городов, связанных в единое целое общим социально-экономическим устройством. Некоторые городские газеты (газеты краевых и районных центров) распространяются также и на территориях, тяготеющих к этому центру вследствие своего географического положения, устоявшихся экономических и историко-культурных связей и сложившейся системы транспортных сообщений.

Городские газеты стремятся к полному и всестороннему освещению событий городской жизни. Кроме того, они доводят до сведения горожан содержание краевых и муниципальных социально значимых программ и ход их выполнения. Так, газета «Хабаровские вести» на протяжении 20 лет освещает проблемы политики, экономики, здравоохранения, образования, культуры, спорта, архитектуры и строительства, городского хозяйства и других отраслей жизнедеятельности столицы края. По вторникам и пятницам дополнительно выпускается приложение «Вести-официально», публикующее нормативно-правовые акты Хабаровской городской думы и администрации города. Газета «Амурский лиман» от 19-26 апреля 2017 уведомляет жителей Николаевска-на-Амуре и Николаевского района о выделении жилищных сертификатов для инвалидов и пенсионеров в рамках выполнения Федеральной программы «Жилище» и необходимости подачи заявления на 2018 год категорией граждан, имеющим право на получение социальных выплат. Подобная деятельность газет благоприятствует тому, что органы местной власти могут в них не только реализовать такую норму муниципального права, как принцип гласности, но и своевременно узнавать о реакции населения на свои действия. С другой стороны, административные органы городов, выступающие учредителями газет, обладают функциями активного субъекта информационного процесса, позволяющими им оказывать любое, в том числе негативное, влияние на идейный и политический плюрализм городских газет. Соответственно, в своем большинстве городские газеты формируют положительное общественное мнение горожан о местной власти и только время от времени публикуют проблемные или критичные материалы.

На определенную независимость от властных и финансовых структур претендуют газеты, принадлежащие юридическим лицам, действующим как предпринимательские структуры. К ним относится газета «Хабаровский Экспресс», выпускаемая крупнейшим на Дальнем Востоке газетно-полиграфическим холдингом «Гранд Экспресс». В этом издательском доме объединяются издания, удовлетворяющие всевозможные интересы читателей, что позволяет направлять доходы от реализации развлекательных газет на выпуск общественно-политических газет. Кроме того, ИД «Гранд Экспресс» занимается рекламно-издательской деятельностью, оказывает печатные услуги, осуществляет оптовую и розничную продажу газетно-журнальной продукции, имеет свою сеть распространения. В номере 18 от 26 апреля – 3 мая 2017 года опубликованы материалы «Хабаровчанам добавят тишины» о намерении краевых депутатов распространить «Закон о тишине» на жителей частных подворий, «Компенсация за проезд на дачи» о решении мэрии оказывать адресную материальную помощь при проезде дачников на свои участки. То есть газета также освещает деятельность властных структур. Но в то же время читатели информируются о том, что трое высокопоставленных экс-чиновника отправятся на скамью подсудимых за коррупционные преступления (Судный день для Минстроя); что «партия власти» начинает утрачивать свои позиции в представительных органах муниципальных образований (Единая Россия теряет ресурс?); что в воздухе Хабаровска опять появился химический привкус, источник которого краевые и городские власти не могут выявить в течение долгого времени (Запах безответственности). То есть городская газета способна поднять тему коррупции, ограничения деятельности чиновников, критики правящей власти, формируя общественное мнение и стимулируя активное участие населения в общественной жизни города.

Районной газетой принято считать общественно-политическую местную газету, рассчитанную на население конкретного района. Именно этот типологический параметр близости к аудитории, которая крайне неоднородна по своему возрастному, образовательному, профессио-

нальному, гендерному и прочим статусам, и определяет специфику районной прессы. Во-первых, содержание районных газет характеризуется универсальностью функций и тематики: в них преобладают сообщения о местных событиях и происшествиях, рассказы о жителях района – героях, живущих рядом. Газета «Ануйские перекааты» (Нанайский район) за 20 апреля 2017 года выпустила публикации о работе Ануйского лососёвого завода, развитии предпринимательства в районе, проблемах службы скорой помощи в селе Маяк, пожароопасной обстановке в лесу и открытии в библиотеке книжной выставки «Что значит быть русским сегодня». В этом же номере есть пять заметок о жителях района: двух героях Отечественной войны, трех школьных учителей и руководителе народного хора «Лидога». Во-вторых, имеют свои отличительные черты формы организации обратной связи с аудиторией: выпуски целевых рубрик с ответами на письма читателей и включение материалов, предоставленных жителями, в журнальные статьи, проведение развлекательных конкурсов и социальных акций, а формат общения с читателем максимально приближен к формату межличностной коммуникации. Газета «Звезда Севера» (Аяно-Майский район) от 20 апреля 2017 года в рубрике «Вы хотели узнать» напечатала консультацию председателя комитета по управлению муниципальным имуществом по вопросу регистрации права собственности на индивидуальный жилой дом. В-третьих, специфичны взаимоотношения региональной газеты с администрацией муниципального образования, которая является ее учредителем и распорядителем бюджетных средств. Наряду с органами местного самоуправления в 16 районных газетах соучредителем также является комитет по печати и массовым коммуникациям Правительства Хабаровского края, который устанавливает темы, приоритетные для освещения на их страницах [4]. Власть занимает особое положение в районных изданиях: газеты пишут о происходящих официальных мероприятиях, а также размещают компетентную и оперативную информацию, полученную от чиновников. В «Бикинском вестнике» (Бикинский район) от 20 апреля 2017 года эти материалы занимают 35 % номера (и это при том, что 50 % газетной площади отведено ТВ-программе, рекламе и объявлениям). Можно заключить, что районная газета представляет собой своеобразный центр социальных связей. «В большинстве малых городов и в сельской местности именно муниципальные печатные СМИ скрепляют разнородное население со всеми его противоречивыми интересами в некое целое, что позволяет ему адаптироваться к происходящим изменениям» [3, 149].

Отраслевыми газетами считаются издания внутреннего обращения, которые распространяются среди ограниченной территории организационных структур, для которых они созданы. К ним относятся газеты различных предприятий и учреждений (в том числе образовательных), профессиональных союзов и политических партий. Они служат инструментом саморепрезентации организации, построения ее имиджа в городе и крае, а также средством управления руководителя коллективом. Принадлежность к определенной отрасли полностью определяет содержание издания. Например, газета «Университетская жизнь в КнАГТУ» (Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет) поднимает вопросы обучения, научной и спортивной деятельности студентов и преподавателей. Газета «Крылья Советов» (КНААПО) пишет о работе своих цехов и подразделений, проблемах и достижениях авиастроителей. Отраслевой прессе принадлежит особое место в общем информационном пространстве Хабаровского края, так как она имеет ряд специфических характеристик. Первой из них является система финансирования, позволяющая им не зависеть от коммерческих интересов рекламодателей и невзыскательных вкусов массового читателя, так как средства выделяются собственником предприятия. Второй, вытекающей из первой, служит то, что этот собственник предприятия имеет право в качестве учредителя газеты контролировать ее и управлять ею, так что свободы у отраслевой журналистики зачастую гораздо меньше, чем у городских и районных газет. В прошлом отраслевые газеты являлись закрытыми изданиями, распространяемыми внутри организации или ее клиентами на безвозмездной основе, но малодоступными для широкой общественности. На данном этапе развития отраслевые СМИ начали активно вторгаться в информационное пространство края, размещая на сайтах компаний и учреждений свои полнотекстовые версии и совмещая в себе материалы, предназначенные как для внутренней, так и для внешней аудитории.

Специализированные газеты – это издания, рассчитанные на различные сегменты аудитории, разделенной не по принадлежности к профессии, а по интересам. К типологическим признакам специализированных газет относят их адресованность определенным аудиторным группам и ориентированность на их запросы, социально-демографическую и проблемно-тематическую направленность и специфичность своих социальных функций. В российской журналистике в отличие от западной, где специализированными изданиями являются в основном журналы, некоторая часть специализированной прессы выпускается в форме газет. Таким образом, специализированные газеты занимают пространство между специализированными журналами и универсальными газетами. Проблемно-тематическая модификация специальных газет довольно широка. В Хабаровском информационном пространстве циркулируют специализированные газеты «Казачий вестник» и «Боевое братство», первая выпускается окружным казачьим обществом края, а вторая – краевой организацией ветеранов локальных войн и военных конфликтов. Они направлены на формирование и поддержание социальной идентичности членов этих обществ, информирование о мероприятиях, проводимых обществом, и удовлетворение групповых интересов своих читателей в разнообразных сферах жизнедеятельности. В газете «Хабаровский пенсионер» публикуются материалы об изменениях в пенсионном законодательстве, о существующих пенсионных льготах и выплатах, даются юридические консультации. Газета продается на всей территории Хабаровского края и Еврейской автономной области, а в сети магазинов «Ветеран» и районных отделах социальной защиты населения распространяется бесплатно. Есть газеты для дачников, для тех, кто ищет работы или место учебы, есть газеты для сопровождения торгово-промышленных выставок, для отражения хода перестройки города и многие другие. Однако пустыми остаются ниши детских и молодежных, мужских и женских газет.

Рекламно-информационные газеты и газеты бесплатных объявлений имеют большой удельный вес в региональной прессе, являясь чуть ли не самыми многотиражными (к примеру, тираж газеты «Дальневосточный Комсомольск» составляет 5600 экземпляров, а «Рекламного курьера» – до 40 000 экземпляров). Газеты различаются своей учредительской принадлежностью, целевым назначением, содержанием, жанровым наполнением, способам распространения и его сфере и характером аудитории. Несмотря на это, они имеют общую суть, предоставляя коммерческую информацию лицам, интересующимся розничной, мелкооптовой и оптовой торговлей и сферой услуг. С другой стороны, рекламные газеты в некоторых аспектах начинают сближаться с универсальными газетами. Они расширяют свои функции, развивают нерекламные жанры, стараясь быть читабельными. Так, газета «Экспресс-курьер № 1» города Комсомольск-на-Амуре ведет такую рубрику, как «Вопрос к психологу», дает консультации по решению ряда житейских проблем (как выбрать счетчик воды, как сэкономить на окнах) и так далее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Всемирный день свободы печати: хабаровская пресса слилась с властью в экстазе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dvnovosti.ru/khab/2017/05/03/65906>.
2. Золотухин, А. Федерально-региональные газеты в России / А. Золотухин // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2006. – № 5-6(60-61). – С. 10-15.
3. Муниципальная пресса, реформа местного самоуправления и национальные проекты. Результаты всероссийского мониторинга / отв. ред. С. Г. Колесник, Р. Ф. Туровский, В. Л. Касютин [и др.]. // Федеральное агентство по печати. Агентство Хроникер Москва, 2006. – С. 149.
4. Официальный сайт Правительства Хабаровского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://khabkrai.ru/khabarovsk-krai/Razvitie-kraya/SMI>.