

ГАЗЕТНЫЙ ФУНКЦИОНАЛ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

П. Н. Киричѐк

*Московский гуманитарный университет,
ул. Юности, 5, 111395, г. Москва, Россия,
press@mosgu.ru*

В статье рассматривается медиаприкладной аспект деятельности российской газетной периодики регионального и муниципального уровня. Фиксируются происшедшие в рыночных условиях статусно-ролевые изменения в среднем и низовом звеньях медийной вертикали страны. Производится критический анализ работы региональной и муниципальной печати по нормативным критериям публицистики.

Ключевые слова: газетная периодика; медийная вертикаль; условия рынка; закон спроса; вариант предложения; газетный функционал.

NEWSPAPER FUNCTIONALITY IN MARKET CONDITIONS

P. N. Kirichek

*Moscow University for the Humanities,
5, Yunosti Str., 111395, Moscow, Russia
Corresponding author: P. N. Kirichek (press@mosgu.ru)*

The article examines the media-applied aspect of the activities of the Russian newspaper periodicals at the regional and municipal levels. The status-role changes that took place in market conditions in the middle and lower levels of the country's media vertical are recorded. A critical analysis of the work of the regional and municipal press is carried out according to the normative criteria of journalism.

Key words: newspaper periodicals; media vertical; market conditions; the law of demand; variant of the proposal; newspaper functionality.

Известно, что адаптация к новым условиям бытия – явление временное. Эта закономерность носит всеобщий характер и подчиняет себе деятельность всех без исключения социальных субъектов системного свойства. Однако если судить по сегодняшнему состоянию российской газетной периодики, особенно региональной и муниципальной печати, то вполне можно усомниться в универсальности этого правила, с порога отвергающего всякие исключения. Медиаприкладной анализ показывает, что именно здесь, в среднем и низовом звеньях общей медийной вертикали страны, самым рельефным образом проявляется организационно-

креативный регресс в работе печати, ставшей изгоем в сложившейся к нынешнему дню не благоприятной для социально значимого творчества информационной среде, где на один шаг вперед по желанной в мечтах дороге, помеченной вехой «свобода слова», приходится два шага назад.

Вероятно, есть у адаптации начало – нет у адаптации конца: за тридцать лет общественных реформ региональная и муниципальная пресса никак не может найти в медиарыночных условиях то «место под солнцем», которое грезилось романтически настроенным журналистам в период перестройки, в конце 80-х гг. XX века. Тогда им казалось, что, сменив у власти коммунистов на либералов, они навечно обретут возможность говорить публично в полный голос о происходящем в действительности как в позитивном, так и в негативном ракурсах. Увы, суровая рыночная реальность с чистоганными (антидуховными) законами спроса, предложения и стоимости быстро опрокинула все идеалистические установки на будущее процветание прессы.

Во-первых, пореформенная журналистика утратила прежние выгодные для нее экономические и инфраструктурные основы существования, что наиболее негативно сказалось на работе региональной и муниципальной печати. В условиях не упорядоченного государством рынка средств производства информации, где свою волю (порядок цен) диктовали монополисты – владельцы бумаги, полиграфии, оргтехники, эти печатные издания оказались на грани закрытия (банкротства), ведь скупно получаемых из госбюджета средств на покрытие редакционных расходов хватало лишь на одну треть. Нужда заставила большинство из них отказаться от ежедневного или трехразового выпуска и перейти на одноразовый (еженедельный) выпуск, что означало резкое снижение уровня газетного функционала (масштабности, мобильности, оперативности).

Далее, прежние многотысячные тиражи региональных (краевых, областных, республиканских) газет официального учредительства, не говоря уже о местных изданиях, снизились в 10–20-кратном размере и упали до критического уровня по сравнению с солидной потенциальной аудиторией (населением территорий): например, «Известия Татарстана» – 25 тыс. экз. (на 3,76 млн чел.), «Пензенская правда» – 18 тыс. экз. (на 1,4 млн чел.), «Марийская правда» – 13,9 тыс. экз. (на 707 тыс. чел.), «Брянский рабочий» – 13,8 тыс. экз. (на 1,32 млн чел.), «Советская Чувашия» – 13,5 тыс. экз. (на 1,29 млн чел.), «Известия Мордовии» – 11,9 тыс. экз. (на 848 тыс. чел.), что означало резкое сужение сферы газетного влияния на бытие и сознание граждан и снижение уровня управляемости административно-территориальных образований.

Помимо этого, период адаптации к медиарынку не принес позитивных перемен в пределах внутренней (редакционной) жизни. Скорее наоборот: редакциям региональных газет пришлось отказаться от привычного для массовой аудитории большого формата А2 и свернуться в малый формат А3, которым раньше выходили районные издания, что негативно отразилось на объеме и многообразии поставляемой читателям социально значимой информации. Кроме того, редакции пошли на уменьшение используемых служебных помещений, удешевление применяемых технических средств, сокращение численности аппарата и снижение зарплат сотрудникам, а о гонорарах за авторские публикации постарались вообще забыть. Самый большой урон к сегодняшнему дню понесла система региональной молодежной печати, для которой адаптация к рынку обернулась фактической ликвидацией и самоликвидацией.

Во-вторых, пореформенная журналистика утратила прежние именные черты отечественной публицистики, а именно: глубокую проблемность, масштабную эпичность, деловую конструктивность, патристическую историчность, изящную лиричность, тонкую психологичность. В итоге, вчерашнее мастерство в печати среднего и низового звена сменилось сегодняшним ремеслом, при котором доминировать стали проходные жанры – отчет, репортаж, интервью, а исчезать – уникальные образцы: очерк, эссе, фельетон, статья, которые требуют для их подготовки куда большего профессионального умения. За редким исключением газетная площадь заполнилась вязким мелкотемьем третьесортного содержания, а штампы и трюизмы превратились в негативный маркер местной прессы. Заголовки публикаций стали кондовыми (на редакционном сленге), однотипными, штампованными: «Волонтеры Победы» и ветераны подписали соглашение о сотрудничестве», «Присвоено почетное звание», «Около 20 тысяч детей отдохнут в летних лагерях», «В республике будут созданы 1,5 тысячи новых рабочих мест», «Сосудистые центры в республике будут оснащены новым оборудованием» [1].

На такой граффаретный сюрреализм накладывается другой признак регресса публичной сферы региона – это сползание с вершины социально значимых и позитивно-действенных тем и сюжетов в болото «тройной ухи (чернухи, мокрухи, порнухи)» с назойливым описанием различных жизненных аномалий (убийство, воровство, хулиганство, пальба, разврат, мордобой, суицид, инцест и прочие «прелести» неустроенного бытия). В оправдание себе журналисты заявляют, что такой запрос в адрес прессы диктует падкий на сенсации обыватель, хотя тот уже давно наелся столь низкопробной духовной пищи: «Убийство в деревне

Васьково» [2]; «Украл – напился – сел», «Шел. Упал. Очнулся – гипс», «Детки и бедки», «“Распаковали” дачку», «Всяка нечисть бродит тучей», «Избил, ограбил...» [3]. Подобный подход местной прессы к отражению многообразного жизненного бытия в пределах своей территории прямо ведет к криминализации массового сознания в противовес заявляемым с высоких трибун установкам на позитивное воспитание граждан.

Библиографические ссылки

1. «Волонтеры Победы» и ветераны подписали соглашение о сотрудничестве; Присвоено почетное звание; Около 20 тысяч детей отдохнут в летних лагерях; В республике будут созданы 1,5 тысячи новых рабочих мест; Сосудистые центры в республике будут оснащены новым оборудованием // Известия Мордовии. 9 апр. 2021.
2. Убийство в деревне Васьково // Вичугские новости [Вичуга, Ивановская обл.]. 21 февр. 2006.
3. Украл – напился – сел; Шел. Упал. Очнулся – гипс; Детки и бедки; Распаковали дачку; Всяка нечисть бродит тучей; Избил, ограбил... // Сосновская нива [Долгодеревенское, Челяб. обл.]. 2006. 2 марта, 28 марта, 25 апр., 20 мая, 15 июля.

SHARABLE CONTENT OBJECT REFERENCE MODEL В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Г. М. Концевая¹⁾, М. П. Концевой²⁾

*¹⁾Брестский государственный университет им. А. С. Пушкина,
б-р Космонавтов, 21, 224016, г. Брест, Республика Беларусь,
odmp@brsu.brest.by,*

*²⁾Брестский государственный университет им. А. С. Пушкина,
б-р Космонавтов, 21, 224016, г. Брест, Республика Беларусь,
kmp@brsu.by*

В статье анализируются аспекты современной образовательной журналистики. Рассматриваются актуальные проблемы оформления образовательного контента и современный инструментарий их решения на основе платформы SCORM.

Ключевые слова: непрерывное обучение; образовательная журналистика; открытый контент; SCORM; информационные ресурсы.