

Секция «Журналистика»

Трансформация городской газеты Астаны «Инфо-Цес» на рубеже XX-XXI вв.

Балакина Юлия Александровна

Студент

СПбГУ - Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет

журналистики, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: yuliya.balakina@gmail.com

Городская пресса постоянно находится в процессе трансформации типологической структуры, появляются новые модели изданий, расширяется или сужается круг функций, меняются предметно-тематические акценты. Как пишет в своей статье один из исследователей в области журналистики Корнилов Е.А., «вся история журналистики – от первых рукописных известий и печатных изданий до газет и журналов сегодняшнего дня – представляет собой путь беспрестанных типологических эволюций и исканий»[2].

Газета «Инфо-Цес» появилась сразу после приобретения независимости Республики Казахстан в 1991 году и на протяжении уже долгого времени пользуется популярностью у читателей всех поколений[4]. Сегодня главной задачей газеты является поддержание статуса города как столицы и всестороннее освещение событий столичной жизни. Сегодня можно утверждать, что информационный рынок Казахстана вступил в фазу стабильного роста. Сыграли свою роль экономическая поддержка СМИ, принятие мер по повышению конкурентоспособности отечественного медиарынка. Национальный рынок СМИ становится сегментом общего товарного рынка.

Следует отметить, что в отечественной научной литературе среди большого количества монографий, учебных пособий, статей, посвященных различным типам периодических изданий, городской газете, на мой взгляд, уделено мало внимания. Если в России истории и теории печатных СМИ посвящено определенной количество исследований, то в странах СНГ, например, в Казахстане, их в разы меньше.

Независимо от тематики, стилистических черт, у прессы есть нечто общее – модель издания. В последнее время понятие «модель издания» получает все более широкое применение в анализе СМИ, с развитием медиаиндустрии появляются новые технологии и способы создания качественного контента. О термине «модель издания» в научной литературе можно говорить как с точки зрения языковых особенностей, так и затрагивая графическое оформление интересующего нас СМИ, в данном случае, газеты. Необходимо отметить, что В.В. Попов и С.М. Гуревич в работе «Производство и оформление газеты» говорят о «композиционно-графической схематической конструкции, которая включает в себя основную тематику газеты, ее постоянную структуру, внутреннюю организацию материалов и способы графического выражения всех содержательных компонентов издания»[3].

Как известно, существует немало классификаций периодических изданий, каждая из которых выполняет свою роль и может применяться для конкретных исследований. Как известно, понятие, объединяющее все объекты классификации – это тип. Тип – модель, которой соответствует любой класс объектов, а также элемент этого класса, входящий в классификационную систему[1]. Стоит отметить, что тип может трансформироваться, как и сама модель издания, с течением времени и с изменением настроений

общества.

По мнению многих ученых начало новейшей истории казахстанской журналистики стоит относить ко второй половине прошлого столетия. Первые годы независимости сопровождались цепью экономических и политических кризисов и в этот отрезок времени журналисты, редакционные коллективы казахстанских СМИ жили под постоянной угрозой увольнений и банкротств. Но, несмотря на все эти трудности, казахстанская печать выжила и пополнилась многими новыми изданиями, которые быстро укрепили позиции и заняли свою нишу в информационном поле страны. Главным достижением был уход от опеки государства и, главное, от партийного руководства печатью. В этом процессе, длящемся второй десяток лет, наметился целый ряд тенденций, характеризующих наиболее существенные стороны эволюции прессы, ее современный типологический облик.

Первая в городе негосударственная коммерческая газета «Инфо-Цес» издается с 14 сентября 1991 года и уже более 20 лет остается самой популярной и читаемой городской газетой Астаны. Сегодня газета выходит как в печатном, так и в электронном виде.

«Инфо-Цес» — газета для семейного чтения, ориентирована на самый широкий круг читателей и рекламодателей столицы. Еженедельник объемом свыше ста полос - это 30 информационных полос и более 70 полос с рекламными предложениями. Ориентирована газета в первую очередь на аудиторию, интересующую рекламодателей, то есть работающее население со средним и выше среднего доходами, во-вторых, на аудиторию, которая традиционно использует газету для получения информации о жизни города. Если говорить о публикуемом материале, то газета содержит разностороннюю информацию о жизни столицы Казахстана. Газета публикует новости экономики и политики, авторские материалы о волнующих горожан темах, актуальные диалоги с руководителями государственных и общественных организаций, обзор значимых событий в мире спорта, рекламу услуг и предложений, частные объявления.

В ходе исследования нами был проведен анализ содержательно-составляющей и композиционно-графической модели издания исходя из предложенных классификаций с целью показать изменения, которые претерпевала модель издания на всем этапе своего существования. Обобщая результаты анализа можно смело утверждать, что с точки зрения содержательно-составляющей модели трансформация ярко выразилась в увеличении объема газеты за счет увеличения рекламного блока и появления новых актуальных рубрик и разделов, а также в смене жанров публикаций. Сегодня классическая модель живет за счет распространения рекламы. Увеличение числа иллюстраций и фото, говорит о том, что на первый план сегодня выходит визуализация. Печатной прессе необходимо чем-то привлекать читателей во времена существования интернета. Также с появлением сайта к журналистам присоединяются активные читатели, добавляя уже свой контент.

Как нам удалось выяснить в ходе исследования, несмотря на то, что газета негосударственная, изменения в основном обусловлены политическими изменениями в государстве, ростом численности городского населения, строительством новой столицы и появлением новых медиа, диктующих свои правила. Изменение тиража газеты, говорит об увеличении спроса на газету и все еще высокой популярности. Что касается графически-композиционной модели издания, то она остается практически неизменной.

Литература

Конференция «Ломоносов 2014»

1. Засурский Я.Н. Типология периодической печати: Проблемы и тенденции развития типологической структуры современной периодики. / Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 1994. –С.40.
2. Корнилов Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий. – Ростов на Дону, 1999. – С.159.
3. Попов В.В., Гуревич С.М. Производство и оформление газеты. Изд. 2-е. М., 1977
4. <http://www.info-tses.kz/> (Официальный сайт газеты «Инфо-Цес»)