

Трансформация медиапространства Республики Крым в 2014-2015 годах

Ладинская Анастасия Александровна

Студент (бакалавр)

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Россия

E-mail: pafossteddy@mail.ru

Исследование выполнено в рамках панорамного анализа поликультурного медиапространства Республики Крым (РК) и служит цели создания полнотекстовой базы данных печатных СМИ полуострова.

По состоянию на 15 марта 2014 г., в РК, согласно данным Республиканского комитета по информации, было зарегистрировано 2662 печатных издания. Из них реально выходили 229 изданий, из которых 200 газет, 23 журнала и 6 других периодических изданий. По периодичности 26 изданий являлись ежедневными, 125 – еженедельными, 58 – ежемесячными, 11 – ежеквартальными и 9 – ежегодными.

Коммунальные издания, 23 наименования, составили 11% от общего количества печатных СМИ. 58 изданий, или 24%, были учреждены государственными или партийными структурами. В процессе анализа негосударственного сегмента печатных СМИ, составившего 65% от общего количества фактически выходящих зарегистрированных печатных изданий на территории Крымского полуострова, было установлено, что: учредителем негосударственной прессы у 72 печатных изданий выступает частное лицо, у 18 – трудовые коллективы, у 15 – частное предприятие, у 45 – общество, община, духовное управление, союз.

На Крымском полуострове из 229 фактически выходящих зарегистрированных изданий 38% отнесены к общественно-политическим, 19% – к информационными, 15% являлись рекламными, 12% – научно-популярными, 8% – изданиями для досуга, 5% – религиозными, 3% – учебными и 1% – спортивными.

В связи с переходом Крыма в состав Российской Федерации информационное пространство полуострова претерпело кардинальные изменения. Мы проследили трансформацию медиапространства РК в 2014-2015 гг. Анализ базы данных Роскомнадзора позволил сделать вывод, что по состоянию на 09.12.2015 г. общее количество зарегистрированных печатных СМИ в Крыму составило 166 наименований (ср.: 2662 зарегистрированных и 229 фактически выходящих издания по состоянию на 15 марта 2014 г.).

Такая тенденция, по нашему мнению, обусловлена тем, что медиарынок Крыма ранее был наполнен общеукраинскими изданиями, которые имели филиал на полуострове либо выпускали отдельный вкладыш, посвященный Крыму: так, например, 15 из покинувших медиапространство РК СМИ оказались именно такими изданиями («Телескоп», «Теленеделя» и т.д.). Некоторые крымские издания, например «Хаверим», «Благая весть» и «Извор», не прошли перерегистрацию в Роскомнадзоре и также ушли с медиарынка Республики.

Наоборот, в медиапространство полуострова в 2015 году вошли, например, такие издания, как «Новая газета», «Новый Крым» и «Наша газета».

Следует отметить, что среди 166 зарегистрированных печатных СМИ РК преобладают одноязычные издания. Так, 122 издания выпускаются исключительно на русском языке, 28 газет – на русском, английском, украинском и крымскотатарском языках, двуязычными являются 13 изданий (из них: 10 – с русским и английским и три – с русским и украинским языками), три издания выходят на крымскотатарском языке.

В процессе анализа функционирования рынка печатных изданий РК в 2014-2015 гг. было также выявлено, что 50 изданий из 166 учреждены государственными / партийными структурами. Что касается 116 негосударственных изданий, то учредителем у 60 выступает частное лицо, у 48 – общество с ограниченной ответственностью и у 8 – общественные

организации и общины.

По состоянию на конец 2015 года в РК из 166 зарегистрированных изданий 44% могут быть отнесены к общественно-политическим, 17% – к информационным, 15% – рекламным, 9% составляют научно-популярные издания, 8% – издания для досуга, 4% – религиозные, 2% – учебные и 1% – спортивные издания.

Чтобы обозначить тематические предпочтения крымских периодических изданий, мы проанализировали несколько газет полуострова – «Крымскую правду», «Крымские известия» и «Аргументы и Факты. Крым». В ходе изучения материалов данных изданий было выявлено, что «Крымская правда» и «Крымские известия» отдают предпочтение политической сфере жизни: так, политическая проблематика на страницах данных СМИ составляет 50%, социальная – 25%, проблемам экономики уделяется 20% от всего количества информации, 5% занимает культура и досуг. «Аргументы и Факты. Крым», наоборот, больше внимания уделяют социальной проблематике – более 60%, в газете популярна рубрика «Вопрос-ответ», которой отводится не менее 20% от всей информационной насыщенности номера. Политической и экономической проблематике уделяется по 10% общей информации издания.

Перспективным представляется дальнейшее изучение преобразования медиапространства Крыма в новых общественно-политических условиях.

Источники и литература

- 1) 1. Главное управление юстиции Министерства юстиции Украины в АРК:
<http://minjust.crimea.ua>
- 2) 2. Егорова Л.Г., Чумичева М.А. Печатные СМИ Крыма: разработка медиапрезентации // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Том 26 (65) № 3. С. 110-120.
- 3) 3. Роскомнадзор. Перечень наименований зарегистрированных СМИ:
<http://www.rsoc.ru/mass-communications/reestr/media/?letter=%CD>