

Олена Хобта



РОЗВИТОК ТИПОЛОГІЧНОГО РЯДУ СУЧАСНОЇ ОДЕСЬКОЇ ГАЗЕТНОЇ І ЖУРНАЛЬНОЇ ПЕРІОДИКИ

У статті розглянуто особливості розвитку одеської періодики початку ХХІ ст., простежено становлення типологічного ряду; проаналізовано мовний аспект друкованих видань, періодичність виходу, окреслено основні особливості становлення регіональної преси.

Ключові слова: регіональна преса, класифікація, мова, типологічний ряд, газетно-журнальний ринок.

В статье рассмотрены особенности развития одесской периодики начала ХХІ ст., прослежено становление типологического ряда; проанализирован языковой аспект печатных изданий, периодичность выхода; очерчены основные тенденции становления прессы.

Ключевые слова: региональная пресса, классификация, язык, типологический ряд, газетно-журнальный рынок.

The peculiarities of the development of the Odessa periodical press in the beginning of the ХХІ century are considered and the formation of the typological row is traced in the article. The linguistic aspect of periodicals, the periodicity of its appearance is analysed. The main peculiarities of the formation of the regional press are also defined in the article.

Key words: regional press, classification, language, typological row, the market of periodicals.

З моменту проголошення незалежності України простежується поступова заміна колишньої вертикально-ієрархічної структури газетно-журнального ринку горизонтальними його конфігураціями з акцентом на регіональну пресу. Так, за 1991–1993 рр. частка центральних видань зросла з 22,6 % до 28,8 %, а регіональних і місцевих — з 35,8 % до 62,2 %. Водночас кількість передплатників російських газет зменшилася з 41,6 % до 2 % [1]. Разом із тим огляд наукових праць засвідчив, що журналістикознавці віддають перевагу дослідженням центральної, або всеукраїнської преси, регіональні ж

засоби масової інформації залишаються малодослідженою сферою, хоча слід зазначити, що інтерес науковців до регіональної преси помітно зростає, про що зокрема свідчать кандидатські дисертації, присвячені регіональній пресі [1, 3], але наукові розвідки переважно стосуються певної проблематики локальних видань, окремих аспектів діяльності тощо. У сучасному українському журналістикознавстві актуальним є проведення наукових досліджень регіональної журналістики, в яких, на ґрунті історико-аналітичного аналізу в поєднанні з хронологічно-бібліографічною описовістю видань розглядалися б специфічні особливості розвитку української преси в окремих регіонах, «культурних гніздах» — великих містах, що є центрами духовного та культурного життя країни, адже лише дослідивши пресу окремих регіонів, можна визначити основні тенденції як якісного, так і кількісного розвитку журналістики в Україні та усвідомити цей процес як систему.

Об'єктом дослідження обрано сучасні періодичні видання Одеси та Одеського регіону, які ще не були предметом наукового аналізу ні в окремих виявах, ні в системно-типологічному аспекті. У результаті підрахунків було з'ясовано, що в місті на момент початку 2011 р. видається 144 періодичних видання: 92 — газети, 52 — журнали; кількість районних видань — 56. Тоді як, наприклад, на Кіровоградщині зареєстровано й видається 104 періодичних видання [1]. Складаючи перелік періодичних видань Одеси та регіону, ми користувалися даними обласного відділу статистики, Управління у справах преси та інформації Одеської обласної державної адміністрації, каталогами Укрпошти. Одразу слід зазначити, що ми не враховували відомчі видання, наприклад, газети та журнали закладів освіти, адже нас цікавили друковані засоби масової інформації, доступні широкий аудиторії шляхом роздрібного поширення або передплати.

Метою наукової статті — провести системне дослідження періодичної преси Одеси та регіону, а саме проаналізувати типологічну структуру друкованих засобів масової інформації, мовний аспект і періодичність виходу. Обравши об'єктом дослідження масив періодичних видань, що побачили світ у досліджуваній період в Одесі, ми обмежилися проведенням кількісного аналізу. Такий підхід, на нашу думку, гарантує найменшу репрезентативну похибку результатів дослідження, відрізняється об'єктивністю і є необхідною передумовою

проведення якісних досліджень. Категоріями підрахунку були обрані періодичність виходу, мова та тип видань.

У другій половині 1990-х рр. почали активно виникати газети регіонального рівня, що стали лідерами локальних ринків, потіснивши загальнонаціональні. Власне, межа між цими двома типами видань стала досить умовною, адже як загальнонаціональні реєструються не тільки газети, видавані в столиці, а сам цей статус далеко не завжди означає розповсюдження на всій території країни [5, 83]. Так, низка періодичних видань, що видаються в Одесі позиціонують себе як всеукраїнські, починаючи від газет, що мають суто місцевий характер, деякі навіть за назвою: «Деловая Одесса», й закінчуючи журналами з досить широким регіоном розповсюдження: «Дом Де Люкс», «100 % Деловой журнал» тощо. Важливо, що місцеві газети ближчі аудиторії не тільки за подіями, які вони представляють, а й за відстанню від друкарні до поштової скриньки чи кіоску. Чимало загальнонаціональних газет удаються до поширеної в СРСР практики децентралізованого друку. Цю практику розвиває газета «Сегодня», що має регіональні представництва в найбільших містах України, зокрема й Одесі. Дотримуються такої практики й деякі російські газети, зокрема в Одесі видається «Комсомольская правда. Одесский выпуск».

У результаті аналізу мовного аспекту періодичних газетних видань Одеси з'ясувалося, що на першому місці — російськомовні видання (64,5 %), на другому місці — двомовні видання (27,8 %), на третьому — українські видання (5 %), на четвертому — багатомовні видання (2,5 %).

Масив російськомовних видань складають суспільно-політичні видання «Вечерняя Одесса», «Время Ч», «Газета по-одесски», «Жизнь в Одессе», «Одесские известия», «Одесский вестник», спортивні «Время Спорт», релігійні — «Исцелись верой», пенсійні — «Пенсионная», розважальні — «Поле чудес».

Групу двомовних російсько-українських газет складають суспільно-політичні «Ют», «Окна», «Правда Причерноморья», спортивні — «Одесса-спорт», «Медицина. Красота. Здоровье», пенсійні — «На пенсии», рекламні «Одесская реклама», присвячені висвітленню проблем безпеки дорожнього руху — «Перекресток». Більшість формально двомовних газет переважно вміщують тексти російською мовою. Так, наприклад, проаналізувавши мовний аспект двомов-

ного видання «Прес-кур'єр», ми з'ясували, що один номер видання (№ 10. — 2011) містить 27 російськомовних журналістських публікацій і 2 україномовних, один з яких «Ласкаво просимо до Одеського національного політехнічного університету» — реклама навчального закладу, другий «Податковий кредит» — повідомлення відділу масово-роз'яснювальної роботи та звернень громадян ДПІ в Малиновському районі м. Одеси. Жодного україномовного матеріалу не опубліковано у двомовному тижневику «Деловая Одесса» (№ 9. — 2011).

До групи україномовних друкованих видань міста належать суспільно-політичні газети засновані ще в радянський час: «Одеські вісті» й «Чорноморські новини», преса орієнтована на державних службовців: «Податківець Одещини» та декілька релігійних видань: «Духовні настановлення православних старців», «Монастирські рецепти».

Багатомовних газет в Одесі виходить усього дві: «Роден край» висвітлює міжнародні, економічні, політичні відносини болгарською, російською, українською мовою та «Доброе дело» комунікативною метою якого є відродження традицій і духовності єврейського народу в галузях культури, літератури, благодійності та милосердя. Газета «Доброе дело» друкується російською, українською мовами, іврит, ідіш.

Що стосується одеських журналів, то усі 52 періодичних видання видаються російською мовою.

Дещо відрізняється мовний характер видань районного масштабу одеської області. Так, російськомовних й україномовних видань зареєстровано й видається однакова кількість (по 17), більше двомовних газет (20), багатомовних (2).

Ситуація, що склалася в мовному аспекті, зумовлена кількома причинами як регіонального, так і всеукраїнського характеру. Одеса вважається містом з великим відсотком російськомовного населення — це перший чинник, що викликав таке співвідношення видань у мовному аспекті. Дослідники обґрунтовують факт кількісного домінування російськомовних видань над україномовними й деякими масштабнішими причинами, а саме «переорієнтацією великої частини колишніх читачів всесоюзних газет на регіональні, у результаті чого люди, які читали російською за радянських часів, здебільшого надають їй перевагу й тепер» [2, 5]. Певну роль відіграла й та обставина, що російськомовні видавці першими відгукнулися на нові розважальні

пріоритети аудиторії, тоді як серед україномовних газетярів виявилася сильнішою традиція розглядати газету виключно як засіб пропаганди високих істин, як «будителя» і «просвітника» [5, 84]. Оскільки держава не створила економічних стимулів для вибору на користь української преси, то за перші п'ять років після розпаду СРСР і припинення практики директивного встановлення мов видань частка україномовних газет у сукупному накладі знизилася з 68 до 39 %, а за десять наступних — до 34. Наклад україномовних журналів становить лише 19 % від загального, а серед розрахованих на молодшу й заможнішу аудиторію глянцеви (жіночих, чоловічих) і спеціалізованих (автомобільних, комп'ютерних) їх практично немає [там само]. Майже винятково російською мовою виходять і ділові видання.

З метою окреслити типологічні ряди друкованих періодичних видань міста, ми класифікували усі періодичні видання міста. За колом висвітлюваних питань, усі газетні періодичні видання міста поділяються на такі типи: суспільно-політичні («Вечерняя Одесса», «Время Ч», «Газета по-одесски», «Окна», «Юг»), рекламні («Одесская газета объявлений», «Одесская реклама», «Aviso»), релігійні («Исцелись верой», «Монастирські рецепти»), кросворди, телепрограма («Поле чудес», «Теледом», «Телескоп»), ділові («Деловая Одеса +», «Весь наш бизнес», «Деньги плюс»), медичні («Медицина. Красота. Здоровье», «Медиакомпас»), пенсійні («На пенсии», «Пенсионная»), партійні («Регіональний вестник»), спортивні («Одеса-спорт»), дачні («Одесский дачник»), податкові («Податківець Одещини»), морські («Морская правда», «Моряк»), будівничі («Одесса строительная»), дитячі («Цветущая вишня»), присвячені проблемам дорожнього руху («Перекресток»).

Найбільше на цьому етапі в місті видається суспільно-політичних видань (42,4 %); на другому місці — рекламні видання (15,1 %); третє місце поділяють періодичні видання, які друкують кросворди, гороскопи й телепрограми, та релігійна преса — по 6 %; на четвертому місці — ділова преса (4,5 %); на п'ятому — спортивна, партійна, медична, пенсійна, дачна, морська преса (по 3 %); на шостому місці — дитяча, будівнича, податкова преса — по 1,5 %.

Групу журнальних періодичних видань становлять наступні за тематичним напрямом: ділові («100 %. Деловой журнал», «BOSS», «Статус», «Деловая среда»); модні, жіночі («Мамарара», «Пассаж»,

«Familia», «Luxuri», «Модный мандарин», «Одесситка»); автомобільні («Автобазар», «Автопарк», «Автоцентр», «Коммерческие автомобили», «Авторевю»); весільні («Ваша свадьба», «Свадебный журнал»); інтер'єрні («Квадратный метр», «Дом Де Люкс», «Новострой», «Ваш дом», «Эволюция ремонта»); морські («Бизнес-марин», «Морское образование», «Black sea traus», «Компас моряка», «Порты Украины»); медичні («Офтальмологический журнал»); технічні («Технология и конструирование в электронной аппаратуре», «Техника и приборы», «Подъемные сооружения. Специальная техника»); дитячі («Пчелка»); юридичні («Юридический вестник», «Сборник систематизации законодательства»); мистецькі («Художественные галереи»); шкільні («Школьный курьер»); зоологічні («Зоолукс»); гумористичні («Фонтан»). На першому місці — модні, жіночі журнали (19,1 %); на другому — ділові видання (14,8 %); на третьому — автомобільні журнали (12,7 %); на четвертому — журнали присвячені дизайну та інтер'єру (10,6 %); на п'ятому — видання, що висвітлюють морську галузь (8,5 %); шосте місце посідають технічні видання (6,3 %); п'яте місце поділяють весільні, дитячі, юридичні й мистецькі часописи (по 4,2 %); сьоме місце посіли медичні, шкільні, тваринницькі й гумористичні журнали (по 2,1 %).

Проаналізувавши періодичність виходу газетних видань м. Одеси, ми з'ясували, що найбільше в місті видань, які виходять один раз на тиждень (62,2 %); на другому місці газети-шомісячники (15,5 %); на третьому — видання, які виходять два рази на місяць (8,8 %); четверте місце посідають щоденні видання й газети, які виходять три рази на тиждень (4,4 %); п'яте місце посідають газети-двотижневики, та ті, які виходять п'ять разів на тиждень (по 2,2 %).

Отже, газетні й журнальні періодичні видання м. Одеси являють собою складну, як вертикально, так і горизонтально, систему, яка активно розвивається. Результати дослідження свідчать, що періодичні видання не мають типологічної повноти та закінченості, характерної для загальнонаціональної медіасистеми. У місті домінують суспільно-політичні (42,4 %) й рекламно-інформаційні (15,1 %) видання, в меншому обсязі видається релігійна, ділова, спортивна, медична, пенсійна, дачна, морська, будівнича преса.

Покажемо аналіз мовного аспекту досліджуваних видань, результатом якого є встановлення домінуючої кількості російсько-

мовної преси в Одесі (64,5 %). Більше того, на жаль, у місті майже не можливо придбати у вільному продажі україномовне періодичне видання, як місцеве, так і всеукраїнське.

На жаль, поза нашою увагою залишилось питання тривалості виходу періодичних видань Одеси, динаміки появи нових видань після проголошення незалежності України, що безумовно буде предметом наших подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Белінська І. В. Тематична модель сучасного регіонального видання (на матеріалі друкованої газетної періодики Кіровоградщини за 1991–2003 роки) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. / І. В. Белінська ; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. — К., 2004. — 20 с.
2. Грищенко О. Верка Сердючка як дзеркало української культурної трансформації / О. Грищенко // Герої та знаменитості в українській культурі. — К. : УЦКД. — С. 340–351.
3. Гурьєва С. А. Типологія сучасної преси Східної України : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. / С. А. Гурьєва ; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. — К., 2006. — 20 с.
4. Кулик В. Дискурс українських медій : ідентичності, ідеології, владні стосунки : [монографія] / В. Кулик. — К. : Критика, 2010. — 656 с.
5. Солодовник В. Газета / В. Солодовник // Нариси української популярної культури. — К. : УЦКД, 2009. — С. 65–88.