

И.Е. Сучкова

студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© И.Е. Сучкова

Р.Р. Газизов

доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Р.Р. Газизов

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОЙ ГАЗЕТЫ «ИЗВЕСТИЯ»: СТРУКТУРНАЯ, ЖАНРОВАЯ, ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКИ

Аннотация. Содержатся результаты исследования, посвященного определению роли и места экономической тематики в информационной политике крупнейшего федерального издания – газеты «Известия». Диапазон освещаемых проблем в этой области широк, и отражает мировые и общероссийские тенденции, а в структуре издания – экономике отводится заметное место.

Ключевые слова: экономика, финансы, бизнес, газета «Известия», экономика в медиа.

Abstract. It contains the results of a study devoted to determining the role and place of economic topics in the information policy of the largest federal publication – the Izvestia. The range of problems addressed in this area is wide, and reflects the global and national trends, and the economy plays a prominent place in the structure of publications.

Keywords: economics, finance, business, Izvestia newspaper, economics in the media.

«Известия» – влиятельная и старейшая российская общественно-политическая и деловая ежедневная газета. Ее первый номер вышел в печать в марте 1917 года. За эти годы газета успела претерпеть множество изменений, но была и остается одним из наиболее популярных источников информации для российских читателей. Тематика газеты достаточно обширна: это информация

о событиях в России и за ее пределами, аналитические справки и комментарии экспертов, вопросы бизнес-сферы и экономики, освещение культурных и спортивных событий. Сегодня газета активно распространяется не только на территории России, но и в странах СНГ, а также в Европе. Российский тираж «Известий» составляет свыше 150 000 тысяч экземпляров, а в странах СНГ – около 28 000 тысяч. «Известия» также присутствуют и в онлайн-платформах: это мультимедийный портал IZ.RU, который сочетает в себе удобный формат новостей, современные средства визуализации и подкасты. Газета «Известия» стабильно возглавляет топ самых цитируемых газет. На сегодняшний день, как утверждает руководство газеты, это самый крупный проект медиахолдинга «Национальная Медиа Группа».

Структурные и жанровые особенности издания. Рубрики газеты «Известия» представляют собой полный спектр тем, интересующих массовую аудиторию. В газете присутствуют такие рубрики, как «политика», «общество», «мир», «страна», «происшествия», «культура», «авто», «наука», «спорт» и, конечно же, «экономика». В числе прочего издание реализует и собственные спецпроекты.

Формат экономической рубрики разнообразен: здесь можно найти как заметки о последних событиях в области экономики и бизнеса, так и полноценные аналитические справки с интервью, а также мнения экспертов по самым разным вопросам. По нашим подсчетам, на портале издания в данной рубрике ежедневно выходят от 15 до 25 материалов. Из них около 7-10 материалов — это заметки, например, «В «БКС Брокер» дали прогноз по курсу валют на 2020 год» или «В 2020 году вырастут тарифы ЖКХ». От 3 до 5 материалов – репортажи, касающиеся экономической повестки дня/недели/месяца. Например, «Жесткая посадка: Boeing перешел от процветания к кризису всего за год» [1]. 2-3 статьи на важные темы экономики и бизнеса: например, «Изъять и простить: арестованное имущество продают в 1,5 раза чаще» [2], и около одного или двух материалов экспертов.

Направление и характер экономической медиаинформации. Представлена достаточно полная картина направлений микро и макроэкономики. Есть материалы, посвященные внутренней экономике: например, новости про ипотечные ставки, кредиты, банковские карты, тарифы ЖКХ – все то, что может быть актуально

для аудитории. Есть новости и о внешней экономике: прогнозы по курсам валют, экономические договоры и соглашения между странами, пошлины и так далее. Представлена также и сфера экономики бизнеса: это новости и статьи о российских и зарубежных компаниях. В целом, здесь есть все: банковская тематика, политико-экономические новости, предприятия и их планы, торгово-промышленная сфера и так далее.

В это же время в печатной версии газеты, по вполне очевидным причинам, масштабы присутствия экономической информации несопоставимы с ее объемами, представленными на интернет-сайте. Печатная версия содержит следующие рубрики: «Новости», «Общество», «Экономика и бизнес», «Культура» и «Спорт». Рубрика «Экономика и бизнес» занимает 2 разворота против 4-х разворотов рубрик «Общество» или «Новости».

Языковые аспекты. Для анализа языковых и стилистических особенностей экономической информации мною был использован ряд характерных публикаций издания. Первая статья – «Поднять бокал: президент подписал закон о вине» [3] – о возможности России создать собственную винную культуру.

Уже с самого начала – в заглавии – присутствует фразеологическое выражение: «поднять бокал», погружающее читателя в проблемы алкогольной индустрии России, ее нынешнего состояния и перспектив. Приводится большое число цитат предпринимателей отрасли и представителей власти, сопровождаемых осторожными поясняющими формулировками: «как отмечает», «поясняет», «по мнению». По сути, автор текста отражает новость, ссылаясь на экспертов в данном вопросе. Структура статьи имеет все необходимые элементы (заголовок, лид, основной текст, дополненный фото- и видеоматериалами), и здесь же, для удобства читателя, имеются ссылки с ранними статьями и новостями по данной тематике, например, «Сухому – закон: как возродить отечественное виноделие» [4] или же «Бокальные данные: зачем России закон о развитии виноделия» [5].

Следующая статья – «Полцарства за героя: сможет ли «Ведьмак» спасти гегемонию Netflix» [6]. Материал посвящен конкуренции и тенденциям развития на рынке сериалов. Здесь также в названии содержится игра слов: «полцарства за...». Анализ показывает, что в газете «Известия» авторы достаточно часто используют различные приемы усиления выразительности текста:

фразеологизмы, игру слов, цитатное письмо; особенно ярко проявляется в заголовке – это популярный прием привлечения внимания читателя к материалу. Указанный текст содержит разнообразные экспрессивные выражения: «безжалостно наступать на пятки», «убийца Голливуда», а также метафоры, например, «глубокие карманы», призванные придать большую художественность повествованию и нарисовать картину проблемы, понятную читателю.

Анализ экономической информации выявил, что издание преподносит только факты, авторы никак не комментируют проблемы. Достаточно часто информация преподносится от третьих лиц: глав, руководителей, политиков. Издание почти всегда ссылается на первоисточник.

Литература:

1. «Жесткая посадка: Boeing перешел от процветания к кризису всего за год». Электронный ресурс – <https://iz.ru/958412/dmitrii-migunov/zhestkaia-posadka-boeing-pereshel-ot-protcvetaniia-k-krizisu-vsego-za-god>. (Дата обращения: 27.12.2019).

2. «Изъять и простить: арестованное имущество продается в 1,5 раза чаще». Электронный ресурс – <https://iz.ru/958754/mariia-perevoshchikova-irina-tcyruleva/iziat-i-prostit-arestovannoe-imushchestvo-prodaiut-v-15-raza-chashche>. (Дата обращения 27.12.2019).

3. «Поднять бокал: президент подписал закон о вине». Электронный ресурс – <https://iz.ru/959332/irina-tcyruleva-evgeniia-pertceva/podnimem-bokaly-prezident-podpisal-zakon-o-vinodelii> (Дата обращения: 27.12.2019).

4. «Бокальные данные: Зачем России закон о развитии виноделия». Электронный ресурс – <https://iz.ru/924925/evgeniia-pertceva/bokalnye-dannye-zachem-rossii-zakon-o-razvitii-vinodeliia> Дата обращения (27.12.2019).

5. «Сухому – закон: как возродить отечественное виноделие». Электронный ресурс – <https://iz.ru/945040/evgeniia-pertceva-mariia-perevoshchikova-dmitrii-vakhnitckii/sukhomu-zakon-kak-vozdorit-otechestvennoe-vinodelie> (Дата обращения 27.12.2019).

6. «Полцарства за героя: сможет ли «Ведьмак» спасти гегемонию Netflix». Электронный ресурс –

<https://iz.ru/957720/dmitrii-migunov/poltsarstva-za-geroia-smozhet-li-vedmak-spasti-gegemoniiu-netflix> (Дата обращения 27.12.2019).

И. А. Салимгараева

аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© И.А. Салимгараева

ЦИФРОВИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СМИ – МОДНЫЙ ТРЕНД ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ?

*«Если развивать что-то одно, то изменяется и всё, что
находится вокруг»*

Пауло Коэльо, «Алхимик»

Цифровая революция, которая происходит в мире сегодня, коснулась практически все сферы экономики, общества, науки, бизнеса. Так, сегодня сложно представить человека, который не пользовался бы смартфоном, не общался в социальных сетях, не читал новости в мессенджерах и не оплачивал свои покупки с помощью мобильного телефона. Цифровизация повсеместно и повсюду.

Средства массовой информации, являясь важным сегментом общества и средством коммуникации для граждан, должны чётко и первыми реагировать на все происходящие изменения вокруг и вливаться в «цифру». Возможно, где-то даже опережая происходящие изменения.

В целом, Республика Татарстан по уровню развития цифровизации в рейтинге «Цифровая Россия» находится на втором месте среди регионов страны, уступая лишь на 0,55 баллов Московской области. – С.24 Индекс «Цифровая Россия».

Что касается средств массовой информации Республики Татарстан, то необходимо отметить позитивную тенденцию перехода из традиционного формата в цифровой. Сегодня в Республике Татарстан по состоянию на 31 декабря 2019 года по данным Управления Роскомнадзора зарегистрировано 862 средства массовой информации. <https://16.rkn.gov.ru/news/news252100.htm> Среди них – федеральные, республиканские, муниципальные и