

Проблематика казахстанских лайфстайл-изданий

Научный руководитель – Зайцева Ирина Александровна

Ерметов Л.Т.¹, Баянова Д.Н.²

1 - Университет международного бизнеса, Алматы, Казахстан, *E-mail: ooooborona39@gmail.com;*

2 - Университет международного бизнеса, Алматы, Казахстан, *E-mail: Bayanovadariga@gmail.com*

Журналистика тесно связана с литературным процессом, так как главным её инструментом является слово. Но и в журналистике, как в любой другой профессии имеются свои сюжетные ветви. В XXI веке темп жизни человека стремительно увеличивается, поэтому увеличивается и скорость потребления информации, которую информационные агентства подают в максимально сжатом виде. Но эта тенденция не касается лайфстайл-направления. Для него как раз характерна «литературность», качество текста, и отношение к тексту как к литературному продукту. Цель данного исследования - выявление проблем казахстанских лайфстайл-изданий.

Лайфстайл-издания - это особое направление в журналистике, название которого говорит само за себя. С. Сидорова, доцент факультета журналистики МГУ в интервью журналу «Журналист» отмечает: «Лайфстайл-журналистика призвана просвещать своего читателя в области культуры повседневности, формировать его вкус к жизни, помогать ему воспринимать жизнь как искусство» [1].

Наиболее важные аспекты, характерные для данного направления:

- во-первых, лайфстайл подразумевает публикацию статей, требующих определенного времени для чтения, что, в основном, и отличает их от новостных изданий, которые стремятся уместить весь объем сообщений о событиях в несколько абзацев. Это связано с тем, что темы, обозреваемые лайфстайл-изданиями, не терпят краткости. Для полного раскрытия содержания статьи, к примеру, об искусстве, без деталей и подробностей читателю будет сложнее разобраться в полученной информации. Поэтому, материал в формате лайфстайла, в основном, занимает объем больше печатной страницы.

- во-вторых, поскольку целью лайфстайл-изданий является изменение восприятия жизненных явлений, вещей и событий как проявление некоего искусства, публикация сжатых, «сухих» статей совершенно противоречит заданной идеологии. Журналист, в данном случае, должен уметь преподнести информацию, как с практической, так и с художественной стороны, уделяя особое внимание деталям, конкретике и эмоциональной насыщенности своего текста.

Учитывая положительные качества столь перспективного, на наш взгляд, направления, мы провели социологический опрос молодежи в возрасте от 17-25 лет об их отношении к казахстанским изданиям TheSteppe и TheVillage Kazakhstan. В опросе приняли участие 92 респондента. Из числа опрошенных - 35 % читают данные издания, 40% - ими не интересуются и 20% - не знают об их существовании.

Проведя дальнейший анализ, мы выявили ряд аспектов, влияющих на отсутствие интереса к лайфстайл изданиям со стороны молодежи, и попытались выяснить, почему же данное направление занимает второстепенное место в казахстанской журналистике.

Проблематика казахстанского лайфстайла заключается в большом количестве не авторских статей, а обычных перепечаток популярных в интернете лайфхаков, подборок фильмов и прочего развлекательного контента, к которому обычно прибегают для того, чтобы на сайте не было «застоя» информации. Так же к подобному роду информации

относятся различные статьи о психологии и личностном развитии, но главной их проблемой является то, что это тоже перепечатки статей западных изданий. Вполне интересно было бы сделать материал на основе местной практики, то есть интервью с казахстанским психологом и т.д. Подобные статьи существуют в пространстве казахстанской журналистики, но их очень мало, и приведенная в них прямая речь психолога, практически не проходит редактуру облегчения текста, что тяжело воспринимается читателем, отчего, в свою очередь, нет запроса на подобного рода авторские материалы.

Более того, существует проблема поверхностного освещения тех, или иных тем, касающихся конкретно Казахстана. Рассматривая вопрос кризиса свободы соцсетей, Томирис Балтабаева в статье для казахстанского филиала Buro 24/7, освещала процессы становления цензуры, устанавливаемой главами корпораций в рамках соцсетей, ставила в пример блокировки Дональда Трампа, и в целом подходила к этому вопросу со стороны, никак не касающейся Казахстана, в то время, когда местным политическим активистам так же ограничивают доступ к ним. Такой подход к созданию контента плохо отражается на осведомленности местного населения о событиях, происходящих в нашей же стране, что является главной задачей любого журналиста.

Еще один критический аспект - в Казахстане нет нишевых СМИ. У изданий The Steppe и The Village Kazakhstan есть казахоязычные редакции, но материалов там в несколько раз меньше, в отличие от русскоязычных редакций. На это есть несколько причин: нет специалистов, готовых писать только на казахском языке из-за второй причины, которая заключается в том, что читатель, в принципе, не знаком с таким видом информации.

Материал подается весьма поверхностно, на это так же есть две причины: первая - озвучена выше, это борьба за время читателя, лонгриды не пользуются большим спросом, поскольку читателю неинтересно читать одну и ту же новость только с большим количеством подробностей. Вторая же - это то, что лайфстайл в Казахстане появился относительно недавно, и если казахстанское Buro 24/7 в этом году отмечает свое десятилетие, то другие наиболее крупные издания The Steppe и The Village Kazakhstan запустились лишь в 2016 и 2017 годах.

Но у первой причины есть простой выход - повышение качества текста. Большинство материалов сделаны по сухому стандарту, а книга Максима Ильяхова «Пиши, сокращай: как создавать сильный текст» используется казахстанскими журналистами как методичка, отчего теряются все индивидуальные качества автора.

По нашему мнению, именно все вышеперечисленные факторы влияют на стагнацию казахстанских лайфстайл-изданий, что, к сожалению, мешает им развиваться, создавать более качественный информационный продукт, и привлекать большее внимание не только молодого поколения, но и всего населения Казахстана.

Источники и литература

- 1) Андреева Н. Как лайфстайл-журналистика может повлиять на стиль жизни читателя. // Журналист.2019, № 9. Электронный ресурс: <https://jrnlst.ru/lifestyle>