

*На правах рукописи*

РАДИОНЦЕВА Екатерина Сергеевна

**ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННОЙ РАЙОННОЙ ГАЗЕТЫ**

10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

**Екатеринбург – 2009**

Работа выполнена на кафедре теории и практики журналистики факультета журналистики ГОУ ВПО «Алтайский государственный университет»

Научный руководитель – доктор философских наук,  
профессор **Мансурова Валентина Дмитриевна**

Официальные оппоненты – доктор политических наук,  
доцент Стровский Дмитрий Леонидович  
– кандидат филологических наук,  
доцент Ершов Юрий Михайлович

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Новосибирский государственный университет»

Защита состоится \_\_\_\_ июня 2009 года в \_\_\_\_\_ на заседании диссертационного совета Д 212.286.09 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ГОУ ВПО «Уральский государственный университет им. А.М. Горького» по адресу: 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51, ком. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГОУ ВПО «Уральский государственный университет им. А.М. Горького».

Автореферат разослан «\_\_\_\_» мая 2009 года.

Ученый секретарь диссертационного совета  
кандидат филологический наук, профессор

Б. Н. Лозовский

## **I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

### **Актуальность темы исследования.**

Период рыночных реформ в системе средств массовой информации обострил многие проблемы, традиционно определявшие эффективность деятельности местной печати. Одна из них – конкуренция в раскрытии творческих возможностей – оказалась среди самых противоречивых в толковании и реализации. Для элементарного выживания многие редакционные коллективы обратились к технологиям информационной работы, задействованным в изданиях, предназначенных для специфической аудитории, нередко имеющим системные характеристики, противоречащие традиционным установкам и представлениям аудитории районных газет. Другие коллективы продолжают работать, следуя доморощенным навыкам и методам, накопленным за всю историю существования районной газеты. Вопрос: «Какой из обозначенных подходов является адекватным периоду рыночных реформ?» и актуализирует научный интерес к теме исследования.

Районная газета – неизменный атрибут сельской жизни. Ее близость к аудитории порождает традиционно высокую востребованность. Вместе с тем становление информационного рынка усложнило взаимоотношения читателей и местной газеты. Творческий поиск и эксперимент, характерные сегодня для многих типологических разновидностей печати, в районной газете встречаются крайне редко. Без журналистского поиска, реализации творческого потенциала прямой путь газеты – к деградации, застою и исчезновению.

Творческая деятельность местных газет связана с нерыночными факторами развития. Субъектом рыночных взаимоотношений районная газета является прежде всего в силу осуществления ею ряда разнообразных функций, характерных для многих СМИ. Редакционные коллективы вынуждены изыскивать творческие ресурсы, чтобы оставаться востребованными и быть интересными: по-новому определить свою роль, пересмотреть систему функций, найти формы реализации рыночных механизмов выживания и творческих методов использования информационных технологий сбора, интерпретации и представления информации в малоформатной местной печати. Исследование методов использования данных ресурсов деятельности районной газеты позволит предложить концепцию оптимального раскрытия творческого потенциала местного издания в условиях становления информационного рынка.

**Степень разработанности темы.** Общественная мысль России впервые обращается к анализу творческой деятельности журналистики в XVIII веке. Ее стимулирует активное развитие отечественной журналистики, открытое петровскими «Ведомостями» и продолженное разносторонней журналистской деятельностью М.В. Ломоносова, А.П. Сумарокова, Н.И. Новикова, А.Н. Радищева. Основы творческого понимания деятельности прессы были продолжены А.И. Герценом, Н.Г. Чернышевским, Н.А.

Добролюбовым, Д.И. Писаревым. Они обсуждают цели воздействия журналистского слова на читателя, функции и средства журналистского труда. Традиция русских классиков в осмыслении журналистского творчества была продолжена К. Марксом, Ф. Энгельсом, В.И. Лениным.

Дальнейшее развитие научной мысли связано с бурным ростом периодической печати, необходимостью подготовки специальных кадров для журналистской индустрии. Творческую деятельность журналистики стали обсуждать в первых научных сборниках: сборнике КИЖа «Современник», центральном органе профессионального объединения работников печати журнале «Журналист», органе отдела печати ЦК ВКП(б) журнале «Красная печать».

Комплексный подход к анализу творческой деятельности продемонстрирован в современных исследованиях. обстоятельный анализ особенностей творческой деятельности журналиста дается в работах Г. В. Лазутиной<sup>1</sup>, В.Ф. Олешко<sup>2</sup>, С.Г. Корконосенко<sup>3</sup>, Е.В. Черниковой<sup>4</sup>, Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшиной<sup>5</sup> и др. В этих работах рассматриваются обстоятельства, формирующие журналистику как профессиональную деятельность, очерчивается круг профессиональных обязанностей журналиста, способы творческой деятельности журналиста. Ключевые понятия, через призму которых анализируются базовые категории журналистики как творческой деятельности, – «функция», «предмет», «метод», «жанр».

Фундаментальным трудом о районной прессе по праву считается исследование Л.Г. Свитич «Рабочая книга редактора районной газеты»<sup>6</sup>. Значима и работа «Районная газета в системе журналистики»<sup>7</sup> [155], вышедшая в свет в 80-х годах прошлого столетия.

В постсоветский период малая пресса стала представлять интерес для исследователей как преобразователь информационного пространства. Районная печать рассматривалась как самостоятельный тип периодики (исследования Я.Н. Засурского<sup>8</sup>, А.А. Грабельникова<sup>9</sup> и др.). Тщательно разработаны вопросы взаимоотношения районной печати с региональной

---

<sup>1</sup> Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов. – М.: «Аспект Пресс», 2001. – 240 с.

<sup>2</sup> Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. – М.: Изд-во РИП-холдинг, 2005г. – 222с.

<sup>3</sup> Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студ. вузов по спец. «Журналистика» / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – с. 272.

<sup>4</sup> Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 287с.

<sup>5</sup> Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Питер, 2006. – 272с.

<sup>6</sup> Рабочая книга редактора районной газеты. – М.: Мысль, 1988. – 576с.

<sup>7</sup> Районная газета в системе журналистики. Опыт социологического исследования. – М.: Изд-во Моск. ун-та, – 1977. – 266 с.

<sup>8</sup> Средства массовой информации России: Учебное пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Варганова и др.; Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 382 с.

<sup>9</sup> Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. – М.: РИП-Холдинг, 2000. – 334 с.

властью. В этом ключе выполнены публикации В.А. Евдокимова<sup>10</sup>, Ю.С. Пули<sup>11</sup> и мн.др.

В последнее время исследователи только приступают к изучению функционирования районной прессы в условиях рыночных взаимоотношений. В этом плане особенно интересны публикации В.Л. Касютина, Л.Н. Кислой, О. Никулиной. Результаты их исследований представлены в профессиональных журналистских изданиях. В целом на страницах журналов «Формат», «Репортер», «Журналист», «Журналистика и медиарынок» представлены публикации сотрудников местных редакций с их наблюдениями за разными аспектами творческой деятельности районной газеты. Но комплексного исследования творческих ресурсов районной газеты на этапе перехода к рыночным условиям существования сегодня нет.

**Новизна исследования** определяется следующим: 1. Предложена авторская трактовка понятия «творческий потенциал районной газеты». Впервые поднимается тема творческого потенциала местной печати, ранее не привлекавшая внимание ученых. 2. Выявлены факторы, влияющие на раскрытие творческого потенциала современной районной газеты в условиях перехода к модели существования в рыночных условиях, связанные с менеджментом, кадровым составом, формами и методами работы редакции, аудиторией. 3. В данной работе проводится анализ основных аспектов творческой деятельности местных газет, рассматривается трансформация их функций и специфика реализации. Анализируется приоритетное значение организаторской функции как интегрирующей творческие усилия и способы повышения конкурентоспособности.

**Объект исследования** – современная районная газета как тип издания.

**Предмет исследования** – условия и факторы, влияющие на реализацию творческого потенциала современной районной газеты.

**Цель и задачи исследования.** Автором диссертации раскрыто содержание понятия «творческий потенциал районной газеты», которое понимается как скрытые до определенного времени арсеналы **творчески-познавательной и преобразующей деятельности**, обеспечивающие полноту реализации ее социальной роли. Данный тип деятельности детерминирован социальной ролью районной прессы и творческими возможностями самой районной газеты. Целью исследования является выявление факторов, влияющих на реализацию творческого потенциала районной газеты. В соответствии с указанной целью определены задачи исследования:

- 1) выявить социальные факторы, определяющие региональную специфику районных изданий; рассмотреть эволюцию творческих ресурсов районной

---

<sup>10</sup> Евдокимов В.А. Периодические печатные издания в информационном пространстве региона: Учеб. пособие. – Омск: НОУ ВПО «Омский гуманитарный институт», 2004. – 52 с.

<sup>11</sup> Пуля Ю. Районная пресса в разрезе. Пациент скорее жив? // Среда. – 2003. – № 11 (ноябрь) (результаты исследования). – С. 23-31.

газеты в зависимости от функциональных особенностей местной печати в процессе ее исторического становления;

- 2) определить условия реализации творческого потенциала районной газеты с точки зрения организаторских, функциональных особенностей, менеджмента изданий и учета соотношения «коллективного-индивидуального» в содержательной модели газеты;
- 3) проследить динамику выразительных средств, реализуемых в методах, содержании и новых информационных технологиях работы.

Решение поставленных задач позволит оценить основные творческие аспекты работы редакции и зафиксировать оптимальный набор творческих приоритетов издания.

**Методологической основой исследования** является диалектико-материалистический подход к исследованиям социальных явлений. Диалектико-материалистическая теория деятельности служит основой для исследования творческих ресурсов газеты в процессе её деятельности в таких категориях, как «функция», «предмет», «метод», «жанр». Определяющей является также категория «субъект деятельности», раскрывающая сущность и методы творчества как коллектива, так и отдельных журналистов в диалектическом единстве «коллективного-индивидуального».

В исследовании использована системная методология, которая позволяет рассматривать районные газеты как целостную систему и даёт возможность для их обособленного анализа в конкретном проявлении системных признаков.

В работе использовались следующие **методы исследования**:

1. метод контент-анализа – для выявления тенденций формирования функциональных особенностей районных изданий, а также при анализе публикаций практиков СМИ в специализированных изданиях;
2. метод изучения документов – при анализе Закона РФ «О СМИ», материалов межрайонных летучек, сводок показателей работы редакций газет, отчетов местных СМИ, исследований ученых;
3. сравнительно-сопоставительный, конкретно-исторический методы – для выявления функционального своеобразия районных газет и особенностей реализации содержательной модели их деятельности.

**Основной гипотезой исследования** является положение о том, что:

1. творческий потенциал заложен в разных аспектах творческой деятельности: функциональных, кадровых, жанровых особенностях; в специфике выразительных средств, реализуемых через формы, методы и содержание работы, а также взаимодействия с виртуальным пространством Интернета;
2. именно творческий потенциал современной районной газеты является основным преимуществом в конкурентной борьбе на информационном рынке, он раскрывает созидательное начало в деятельности районной печати.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Районная газета как тип издания претерпела существенные изменения. Законодательное закрепление различных форм собственности и учредительства изменило не только её статус, но и роль в обществе. Районная газета стала выступать в качестве организатора социальных отношений в регионах – социальных пространств, объединенных информационным взаимодействием.

2. Эволюция социальной роли привела к изменению иерархии функций деятельности районной газеты. Основной, генерирующей функцией районной газеты становится организаторская, которая реализуется в различных формах и методах работы с аудиторией: акциях, операциях, «круглых столах» и т.д. Главной целью их является оказание реальной социальной помощи людям. Именно этот эффект обеспечивает районной газете роль незаменимого субъекта общественных отношений в регионе.

3. Несмотря на четко очерченную социальную роль, многие газеты остаются экономически зависимыми и дотационными. Сделать их рентабельными может только повышение эффективности творческой деятельности. Творческая деятельность, в свою очередь, зависит от полной реализации скрытых, до поры не реализуемых, методов работы, определяемых в данной работе как «творческий потенциал».

4. Менеджмент успешного районного издания зависит от кадрового состава редакции, его умения генерировать идеи и воплощать их. Творческий потенциал газет определяется реализацией диалектического единства «коллективного-индивидуального» в ведущих формах и методах работы.

5. Раскрытие творческого потенциала районной газеты напрямую связано с эффективным использованием современных информационных технологий, способствующих обогащению содержания газет и привлечению аудитории.

**Эмпирическую базу исследования** составили районные газеты Западно-Сибирского федерального округа: Омской области и Алтайского края, а также Новосибирской, Томской областей и других регионов – с 1 января 2000 года по 1 июня 2007 года. Исследователи признают, что именно с этого времени начинается очередной виток новой российской истории, в котором зафиксированы устоявшиеся векторы развития СМИ. Всего рассмотрено более 300 номеров еженедельных газет и изданий, выходящих два (три) раза в неделю. Выбор обусловлен их типичностью для современной российской ситуации на рынке локальных изданий. Проведен анализ содержания материалов и анализ суждений редакторов районных газет (всего опрошено 32 редактора).

**Апробация основных положений** диссертации осуществлялась следующим образом: определенные положения и выводы настоящего диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры современной русской литературы и журналистики ГОУ ВПО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского». Выводы и основные положения диссертации были представлены для широкого обсуждения в виде девяти научных публикаций, а также в докладах и сообщениях по теме

работы, с которыми диссертант выступил на научно-практических конференциях в г. Омске и в г. Москве в 2004-2007 годах (Межрегиональная научно-практическая конференция, г. Омск, 2005 г.; научно-практическая конференция, г. Москва, 2005г. и т.д.); в проведении лекционных занятий по курсу «Основы творческой деятельности журналиста» на филологическом факультете Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского (специальность «Журналистика»).

**Практическая значимость** работы заключается в том, что теоретические и практические результаты, полученные в ходе исследования, позволяют разработать определенные рекомендации по повышению эффективности деятельности районных газет. Данные рекомендации могут быть положены в основу работы Главного управления по делам печати, теле- и радиовещания областных и краевых ведомств. Некоторые выводы диссертации могут быть использованы при разработке учебных программ, спецкурсов и семинаров по теории и практике журналистики.

**Структура диссертационной работы** отражает логику исследования и поставленных задач, необходимых для достижения цели. Работа состоит из трех глав, введения, заключения, библиографического списка и приложений. Содержание исследования изложено на 188 страницах, список литературы включает 240 наименований.

## **II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **введении** обосновываются актуальность темы исследования, степень разработанности в научной литературе, определяется объект и предмет исследования, ставятся его цели и задачи, освещается методология и эмпирическая база исследования. Здесь же указывается научная новизна и практическая значимость проводимого исследования, а также положения, выносимые на защиту.

Первая глава **«Социальная роль районной прессы: от стабилизации к созиданию социального пространства»** посвящена изучению творческих особенностей деятельности районной газеты. Глава состоит из трех разделов: 1. Эволюция творческих ресурсов районной газеты в процессе ее исторического становления; 2. Региональная специфика и ее влияние на реализацию творческих возможностей районной газеты; 3. Творческий потенциал современной районной газеты.

Районные газеты в силу специфики радикальных перемен в российском обществе оказались на «передовой» линии как противостояния, так и сотрудничества субъектов социальной системы, вовлеченных в реформирование основ жизни. Они сумели выразить настроения масс и во многом удержать их от неконструктивных решений. Социальная роль организации социальных пространств, стабилизирующих жизнедеятельность регионов, потребовала от коллективов местных изданий пересмотра параметров своей деятельности.



Сегодня эволюция творческих ресурсов районной газеты подошла к новому витку. Творческие ресурсы местной печати всегда были обширными. На разных этапах своего развития локальная пресса умело использовала их. В зависимости от задач, которые стояли перед нею, она то обращалась к корреспонденции и очерку, чтобы рассказать о мире житейских проблем и выполнить организаторскую функцию, то концентрировалась на определенной тематике общественно-политического характера, воплощая пропагандистское начало. Используя разнообразные творческие ресурсы, районная газета сумела за короткое время завоевать доверие и авторитет своего читателя. На протяжении долгих лет своего становления она умело меняла творческие методы, чтобы выполнять те задачи, которые ставились перед нею. Во время перестроечных преобразований газета утратила творческую гибкость, а инновационные решения стали чуть ли ни единичными примерами в деятельности районной печати. Распорядиться накопленным опытом так, чтобы в новых общественных условиях стать по-настоящему интересным продуктом, районная газета не сумела.

Анализ, проведенный в рамках диссертационного исследования, показал, что для теоретиков и практиков печати наиболее важным и значимым направлением в работе остается мобилизация ресурсов творческой деятельности. Именно ей принадлежит особое место в профессиональной культуре журналиста. Во многом обуславливаемая сегодня технологией и объективной логикой массово-коммуникационной деятельности профессиональная культура выступает в качестве организующего начала в процессе становления и самоопределения журналистики и дальнейшего развития данного вида профессиональной деятельности как истинно творческого.

Функционирование районной газеты в рыночных реалиях повлекло смену приоритетов творческих ресурсов местных изданий. Функция агитатора и пропагандиста, присущая районным газетам на протяжении долгих лет ее существования, переродилась в зависимость газеты от местной власти. На первый план вышла информационная поддержка властных структур, «пиар» главы муниципального образования, что сказалось не лучшим образом на уровне содержания: шаблонные интервью, дежурные отчеты, малоинформативные корреспонденции. Взаимоотношения СМИ и власти вылились в однонаправленный поток информации – не всегда интересной, актуальной и значимой для читателя. Однако районная газета по-прежнему остается читаемой, а плотность охвата населения – высокой.

Разовые тиражи региональной периодики в два раза превышают аналогичные показатели федеральных изданий. И в структуре подписки по стране федеральные издания занимают маленький сегмент. И при этом потенциал региональной прессы, особенно районных и городских газет (общий разовый тираж примерно 30 млн. экз.), недооценивается ни бизнесом, ни политиками.

В последние десятилетия региональная пресса прошла через перемены, связанные с преобразованием тоталитарной системы в рыночную структуру.

Это стало основанием для появления новых систем взаимоотношений внутри СМИ. Сегодня региональная пресса представлена следующими типами:

- качественная пресса, направленная на интеллектуального читателя, и массовая, доступная большей части населения (в основе классификации – содержательная модель). В качестве примера на омском рынке периодических изданий можно рассматривать «Коммерческие вести» (региональная качественная газета) и «Ваш ореол» (региональное массовое издание).
- дотируемая и коммерческая (источник дохода). (Местные газеты «Омская правда» и «Коммерческие вести»);
- официозная и независимая от властных структур (политизированность) (местные газеты «Омская правда» и «Бизнес курс»);
- деловая пресса, обслуживающая интересы предпринимателей и представителей бизнес-структур, и развлекательная (содержательная модель). (Региональный еженедельник «Бизнес-курс» и «Аргументы и факты в Омске»);
- легитимная и нелегитимная (отсутствие/наличие регистрации межрегиональными управлениями Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций). («Омская правда» и «Крестьянские ведомости»);
- региональная, издающаяся в пределах региона, края, области, и федеральная, реализуемая в пределах страны. («Вечерний Омск» и «Труд-7»).

Районные газеты ущемлены по многим позициям: они зависят от власти юридически (учредительство), экономически (дотации), политически. Кроме того, им принадлежит минимальная доля рекламного рынка. Районная власть за время своего существования никогда не имела опыта взаимодействия с независимой газетой. Даже в рыночно развитой и насыщенной независимыми изданиями Московской области существуют созданные при властных структурах комитеты и управления по СМИ.

На специфику реализации творческого потенциала районной газеты также влияет отсутствие конкурентов. Если печатное пространство областного центра в функциональной плоскости четко сегментировано, то информационное пространство муниципальных образований остается практически не занятым никаким другим средством массовой информации, кроме районной газеты.

Почти все регионы, входящие в состав Сибирского федерального округа – за исключением Кемеровской области – являются дотационными. Отсутствие крупного рекламного рынка, подстегивающего издания к конкурентной борьбе, а, значит, и творческим инновациям, не способствует активному вовлечению газет в творческий процесс.

Рассматривая вопрос о профессиональной деятельности журналиста, исследователи связывают его с понятием «творческий потенциал», но определения ему не дают. Автором данного исследования эта категория,

характеризующая уровень реализации созидательных возможностей редакционного коллектива, раскрывается в следующей формулировке:

**Творческий потенциал районной газеты** – это скрытые до определенного времени арсеналы **творчески-познавательной и преобразующей деятельности**, обеспечивающие полноту реализации ее социальной роли.

Понятие «творческий потенциал районной газеты» позволяет рассмотреть средства, которые необходимо раскрыть районной газете для ее успешного функционирования. Творческий потенциал районной газеты просматривается в разных аспектах творческой деятельности журналиста: функциях, менеджменте издания, кадровом составе газеты, творческом наполнении номера, выразительных средствах, реализуемых в форме, методах и содержании работы.

Вторая глава «**Особенности творческой деятельности районной газеты**» состоит из трех разделов: 1 Организаторская функция как интегрирующая в деятельности районной прессы; 2. Менеджмент успешного издания: «Кадры решают все»; 3. Диалектика «коллективного-индивидуального» в содержательной модели номера газеты.

Анализ, проведенный в рамках диссертационного исследования, показал, что районная газета полифункциональна. Газета выполняет коммуникативную, информирующую, ценностно-ориентирующую, организаторскую и другие функции. Это дает основание говорить о функциональной незаменимости районной газеты. Если печатное пространство областного центра в функциональной плоскости четко сегментировано, ориентировано на разные функциональные приоритеты, то информационное пространство муниципальных образований находится в иной ситуации. Выбор, который приходится делать жителю небольшого населенного пункта, по сути дела, сводится к подписке на районную газету.

Новые реалии российской жизни, пришедшие в период перестройки, показали необходимость функциональной трансформации районных СМИ. Старая система изжила себя: функция агитатора и пропагандиста, которой так сильна была районка, вылилась во взаимоотношения власти и СМИ, основанные на давлении и подчинении властным структурам. Сегодня это одно из наиболее слабых, уязвимых мест районной газеты.

Советская печать накопила огромный опыт в реализации диалога с читателями. Для этого были использованы разные формы организационно-массовой работы: создание актива, проведение рейдов, круглых столов, кампаний, акций, дискуссий и т.д. Большинство из этих форм работы, слегка видоизменившись, и сейчас используется для привлечения и закрепления читательской аудитории. Нештатные корреспонденты активно сотрудничают с редакциями газет, но численность авторов значительно уступает газетам советского времени. Такие формы взаимодействия с читателем, как дискуссия, круглый стол, рейд также не активно используются редакциями. Ушли в прошлое Дни открытого письма, общественные приемные,

читательские конференции. Общение с читателем сводится к интернетовскому диалогу.

Использование традиционных форм общения с читателем позволяет районной газете выживать в острой конкурентной борьбе с российскими и региональными СМИ, а также не терять своих подписчиков. Эта деятельность требует времени, сил и финансовых расходов. Каждая редакция сама определяет, какие формы и методы массовой работы могут принести ей наибольшую пользу.

Для установления обратной связи с читателем редакцией используются новые формы. Некоторые из них трансформируются из старых, успешно опробованных в советский период. Так, видоизмененной формой читательской конференции являются «прямые линии». Одной из новых форм диалога с аудиторией являются опросы мнений читателей относительно происходящих событий в политической, экономической, социальной сферах. В новых условиях рыночной экономики возникают и другие формы диалогового взаимодействия редакции с читателем. Среди них – организация выставок, встречи с журналистами периодических изданий, проведение фестивалей и т.п. Одним из наиболее успешных способов массово-организационной работы по праву считаются конкурсы.

Анализ реализации организаторской функции районных газет позволяет выделить несколько основных форм организационно-массовой деятельности и предложить новые аспекты их классификации.

1. Массовые формы: газетные конкурсы, викторины, лотереи на призы газеты, рекламные и подписные кампании, опросы, акции и т.д. Главная цель работы – наладить обратную связь с читателем.

2. Общественная работа внутри редакционного коллектива. Это «круглые столы», редакционные советы, расширенные редколлегии, общественные приемные и т.д. Они дают возможность читателям приобщиться к редакционной работе, предоставляют возможность активным представителям общества проявить свою социальную активность.

3. Работа с читательской почтой, телефоны доверия, встречи единомышленников нацелены на удовлетворение личностных потребностей аудитории.

4. Работа с коллективами и социальными группами, осуществляемая в рамках профессиональных конкурсов на приз газеты, спортивные соревнования и т.д.

Акции, которые в последнее время стали проводить районные газеты, привлекают к ним разные слои общественности, руководителей предприятий, организаций, трудовые коллективы. Ставшие уже традиционными в редакциях районных газет Алтайского края акции: «Соберем детей в школу», «Солдатские вдовы», «Буренку - в каждый дом», «Найди меня, мама» - позволили не только оказать конкретную адресную помощь людям, но и привлечь внимание общественности, хозяйствующих органов на местах к решению важнейших для региона социально-экономических проблем.

Более того, организационно-массовая работа и тираж газеты зачастую находятся в прямо пропорциональных отношениях. Организаторские мероприятия, направленные на решение социальных задач, неизменно сказываются на повышении рейтинга издания и увеличении тиража газеты. Перспектива деятельности районных СМИ – в дальнейшем раскрытии потенциальных возможностей созидательных акций.

Реализация организаторской функции вместе с коммуникативной, информативной, ценностно-ориентирующей позволяет говорить о том, что целевое назначение районной газеты универсально и всеохватно.

Исследование 300 экземпляров районных газет сибирского региона показало, что успешная районная газета – это универсальное издание, выполняющее максимальное количество функций. Но именно творческое отношение к раскрытию организаторской функции делает районную газету незаменимым посредником между массой и властью, которая, как правило, опаздывает с реализацией таких же функций по защите интересов населения.

«Деятельностный» подход к исследованию творческих ресурсов современной районной газеты позволил раскрыть и дисбаланс в диалектическом соотношении «коллективного-индивидуального» в субъекте творчества. Творческие коллективы редакций сокращены до минимума сотрудников. Многие из них вынуждены совмещать различные должностные обязанности, зачастую не связанные с творчеством.

В связи с этим в рамках данного исследования было выявлено, что за последнее время радикально изменилась деятельность редактора районной газеты. Со вступлением в рыночные отношения редакторы отчетливо ощутили, что вместо идеологической цензуры повсеместно утвердилась, так называемая, экономическая цензура, воздействующая не меньше на свободу творчества, позиционирование издания и журналистского корпуса в общественной сфере.

Этот факт нашел отражение в деятельности редакторов районной прессы, вынужденных перестроить свои приоритеты в работе с учетом новых обстоятельств. Но перестройка редакторских функций оказалась эффективной в исключительно редких случаях. Анализ показал, что у большинства редакторов районных газет – 79% – нет профессионального журналистского образования. Отсюда – отсутствие на страницах авторских материалов в разной жанровой форме и богатой тематической палитре. Средний возраст редакторов районных газет приближается к пенсионному, что обуславливает консерватизм и отсутствие гибких подходов в решении творческих вопросов.

Проведенный анализ показал, что творческий потенциал газет, возглавляемых пишущими редакторами, несравненно выше тех, в которых первое лицо редакции воздерживается от публичного обнародования своих идей, проектов, замыслов. Именно генератор творческих идей в виде деятельного руководителя важен для небольшого по численности коллектива районной газеты. Сегодня таких руководителей в Омской области всего 7 (из 32). В Алтайском крае именно профессионально образованные, социально

ориентированные редакторы таких газет, как «Змеиногорский вестник», «Степной маяк», «Славгородские вести», «Бийский рабочий» вывели свои редакционные коллективы в лидеры внедрения прогрессивных форм работы, цифровых технологий в производстве качественной информации.

Творческая деятельность журналиста отличается от других видов творчества особым, уникальным сочетанием коллективного и индивидуального начал. Она реализуется под влиянием личности редактора и его кадровой политики.

В связи с принятием закона РФ «О средствах массовой информации» роль и назначение редактора изменились. Сегодня главный редактор представляет свой коллектив в отношениях с учредителем периодического издания, распространителем, гражданами и их объединениями, предприятиями, учреждениями и организациями, государственными органами, а также в суде. Он отвечает за исполнение требований, предъявляемых законом к редакции и газете. Если главный редактор является одновременно учредителем газеты, ее издателем, распространителем и, возможно, ее владельцем, собственником редакционного имущества, правовое положение упрощается. Он получает право единолично решать все вопросы, связанные с отношениями редакции и ее газеты со всем их окружением.

Но если учредителем газеты, ее владельцем, издателем являются другие лица или какое-либо учреждение, организация – как, например, в случае с районными газетами Омской области, – главный редактор является наемным руководителем редакции, ее главным менеджером, которому приходится строить свои отношения с учредителем и другими субъектами редакции в соответствии с законами о СМИ и предприятия.

Существуют и другие организационные формы редакционного менеджмента на территории ФСО. Яркий пример – объединение районной газеты Алтайского края «Змеиногорский вестник» и издательского дома «Алтапресс». Здесь редактор – лицо, нанятое как для формирования творческого имиджа издания, так и для решения более насущных задач, связанных с финансовыми планами предприятия. В новых рыночных условиях многое меняется. Для редакций большинства изданий вхождение в рынок оказалось связанным с необходимостью обращения исключительно к коммерческой деятельности. Для небольших газет, особенно местных, выходящих в отдаленных от крупных промышленных центров регионах, она играет все большую роль, обеспечивая значительную часть их внутриредакционных и издательских расходов. Подчас она вместе с издательской деятельностью становится одним из важнейших источников доходов и прибыли, превышающих выручку от реализации тиража.

Многое в реализации современных задач зависит от рядовых газетчиков, от их творческого роста, профессионального совершенствования. Исследование их творческого потенциала выявило удручающую картину: многие редакции работают в обстановке дефицита профессионально обученных кадров. Нередко сотрудники работают в коллективе более 20 лет,

и за это время, как показал опрос, проведенный в рамках исследования, ни разу не бывали ни на курсах повышения квалификации, ни на других мероприятиях, направленных на рост профессионального мастерства.

Этот отряд журналистов нуждается в постоянной и квалифицированной помощи: должна быть расширена подготовка и переподготовка кадров для районной печати, необходима регулярно издаваемая литература, возможно, даже специальное периодическое издание о районной газете и для нее.

«Деятельностный» подход к исследованию творческого потенциала районной газеты выявил и тенденцию к улучшению/ухудшению содержательного наполнения номеров. Содержательная модель номера оказалась в прямой зависимости от того, как реализуются коллективные и индивидуальные усилия газетчиков в разработке актуальных проблем своих районов.

Профессионально, творчески продуманная модель газетного номера отличается четкостью и ритмичностью. Газеты с неявно представленными признаками продуманной модели имеют небольшое количество рубрик (не больше 5), зачастую они нестабильны. Журналисты будто бы забывают точное название раздела, меняют порядок слов в рубриках или отдельные слова. Этот уровень характерен для половины районных газет Омской области – для 18 из 32 проанализированных изданий.

Разнообразие жанрового наполнения содержательной модели номера представлено крайне неодинаково. Исследование показало, что местную печать переполняют шаблонные интервью, очерки, не соответствующие жанровым канонам, дежурные отчеты. К примеру, из 96 проанализированных районных газет Омской области (подборка была сформирована на основе выборки: по три газеты от каждого района за 2007 год) на аналитические и художественно-публицистические тексты пришлось 147 материалов. На долю тех и других приходится примерно одинаковое соотношение – 68/79 – с перевесом в сторону публицистики. Нельзя назвать это соотношение достаточным, потому что в номере – один-два текста.

Четкая содержательная модель номера является последовательно реализованным творческим ресурсом.

Таким образом, диалектическое единство коллективных усилий и персонального творчества – процесс созидательный. Он не является раз и навсегда заданным, как та же модель номера газеты. Но именно диалектическое взаимодействие всех членов коллектива в поиске тем для выступления, определении творческих средств и приемов их раскрытия позволяет насыщать эту содержательную модель ярким разнообразием жанров и образов, лексико-стилистическими находками. Тем более, что внедрение новых информационных технологий в деятельность районной прессы «снимает» с их будничной повестки дня часть рутинных операций по сбору, распространению информации и открывает новые горизонты творчества.

Третья глава исследования **«Динамика выразительных средств, реализуемых в форме, методах и содержании работы»** состоит из трех

разделов: 1. Местная газета в условиях интенсификации информационных процессов; 2. Взаимодействие с Интернет-ресурсами; 3. Методы привлечения новой аудитории.

Как показало исследование публикаций в журналах «Журналист», «Журналистика и медиарынок», в которых теоретики и практики СМИ делятся своими проблемами, сомнениями, их волнуют проблемы, связанные с экономической эффективностью изданий, взаимоотношениями власти и СМИ, аудиторией изданий. Однако анализ публикаций о районной прессе показывает, что редакторы пока еще не осознали своей главной проблемы – необходимости работы над творческим потенциалом издания. Так, в «Журналисте» с 2000 по 2007 гг. вышло 118 публикаций о районной прессе. Из них только 40% посвящено обсуждению творческих ресурсов районных газет.

Между тем, практика многих редакций, лидирующих в своих регионах по освоению творческих ресурсов деятельности, свидетельствует о том, что и в местной прессе есть плацдарм для интенсификации новаций.

Электронная рассылка новостей районных изданий – первый шаг на пути к серьезному распространению местной информации, повышению ее коммуникативного потенциала. Она освоена всеми редакциями. Второй шаг – он-лайнный – предпринимается гораздо медленней. Зачастую районные газеты идут по наиболее простому пути – интеграции информационных ресурсов районных газет региона и создают на портале областной или краевой администрации собственный ресурс. Исследование показало, что не всегда этот ресурс можно назвать качественным: его тематическая и жанровая палитра остаются скудными, а наиболее яркие и интересные материалы, опубликованные в издании, на сайте не представлены.

Яркой тенденцией в мире малых газет является конвергенция – «...единственная жизнеспособная бизнес-модель для компаний, стремящихся выжить в цифровую эпоху»<sup>12</sup>, считает операционный директор CanWest Global Communications Corp Рик Камилери (Rick Camilleri). Конвергенция предполагает объединение печатных, вещательных, беспроводных и онлайнных медиа. Первый опыт такого объединения продемонстрировали районные газеты Алтайского края. В Михайловской, Благовещенской, Завьяловской районных газетах образовали медиа-холдинги, имеющие выход в радио и телеэфир. Охват аудитории расширился, появилась реклама многих услуг, которые были недоступны газетам. Но это потребовало и изменения квалификационного уровня сотрудников местных холдингов. Журналистам приходится осваивать новые формы работы – монтировать, озвучивать, брать интервью на ветру, держаться перед камерой и т.д., Этот опыт подтверждает, что расширение профессиональных навыков повышает конкурентоспособность каждого конкретного сотрудника редакции.

---

<sup>12</sup> <http://www.gipp.ru>. Российский рынок периодической печати, 2006 год. Состояние, тенденции, перспективы развития. – С. 46.



Конвергенцию следует рассматривать как выход из ситуации в тяжелый момент, когда вопрос о существовании газеты стоит остро, или как возможность для оптимизации финансовых затрат. Подобный опыт опробован на территории ФСО: объединение районной газеты Алтайского края «Змеиногорский вестник» и Издательского Дома «Алтапресс» сегодня демонстрирует отличные результаты. Так, после объединения «Змеиногорский вестник» смог позволить себе отойти от текущих редакционных проблем и заняться разработкой новых тематических и социальных проектов. В результате активизации сил за последние два года редакция «Змеиногорского вестника» получила по грантам 1 млн. 640.700 рублей на реализацию социальных проектов. Все средства выделены на пять акций, которые выполняются исключительно в рамках организаторских функций.

Районная пресса только начинает осваивать виртуальное пространство интернета. Появляются первые электронные версии печатных изданий. Их пока немного, но они завоевывают популярность огромной аудитории. За полгода существования электронной версии газеты «Степная новь» Шипуновского района Алтайского края у газеты появились читатели во многих странах. Вырос и тираж печатной газеты. Появилась реклама, о которой редакция прежде не помышляла: это поиск друзей и коллег, обмен товарами и оригинальной продукцией сельских жителей.

Исследование арсенала методов привлечения читательской аудитории показало, что районные газеты остаются преимущественно изданиями для пожилых читателей. Во многих редакциях практикуется публикация страничек для молодежи, спецвыпусков для школьников и о тех, кто служит в армии. 70% содержания подобных публикаций содержит стандартный набор приемов и выразительных средств, идущих из глубины лет: несколько традиционных тем, интервью, заметки о лучших представителях молодежи. «Проблемных» публикаций, как правило, немного, и те касаются вопросов, ответы на которые лежат на поверхности: жилье для молодежи, работа по интересам.

Местные СМИ не используют арсенал средств, накопленных мировой журналистикой по привлечению молодого читателя. Не получила распространения практика работы с альтернативными источниками распространения информации – CD, DVD, книгами, которые во многих странах неплохо расходятся вместе с газетами. Даже акции, проводимые отдельными районными изданиями для допризывной молодежи, школьных газет, творческих объединений, не позволяют говорить о продуктивных попытках привлечения молодого читателя.

Еще одной популярной идеей в мире стали газеты, нацеленные на отдельные сообщества. В США за внимание к испаноязычной диаспоре конкурируют несколько газет на испанском языке. Индийская Dainik Jagran начала выпускать двуязычные газеты (на местном и английском языке), в том числе в Северной Америке и на Ближнем Востоке. Одна из зулусских газет

Южной Африки – Isolezwe – благодаря подобным акциям за вторую половину 2004 года увеличила свой тираж на 62%.

В Сибири проживает много разных национальностей. Крупные этнические группы представлены казаками, татарами, немцами. В северной зоне Омской области, к примеру, много населенных пунктов, где проживает один какой-либо этнос. Так, население крестьянско-фермерского хозяйства «Коянбай» Таврического района Омской области составляет около 800 человек, и все – татары. Однако их интересы в газете «Таврические новости» бывают представлены только в том случае, когда на территории хозяйства происходит какое-либо событие: открытие мечети, школы, неожиданный сбор урожая, приобретение новой техники и т.д.. Традиции и культура этой национальности в районной газете обходятся стороной. В Омской области неоднократно предпринимались попытки издавать национальные издания на родном языке, но пока они не имели успеха. Исключение – издание «Ihre Zeitung» Азовского немецкого национального района. Сегодня газета выходит на двух языках, публикует всемирные новости на немецком языке, дает интересные материалы зарубежных журналистов, которые приезжают в Азово на практику (Йенсе Шульц, Роберт Тешнер, Барбара Хельф, Штефан Бредер и другие журналисты).

Таким образом, расширение творческого потенциала районной газеты напрямую связано с работой над дальнейшим раскрытием ресурсов коммуникативной функции журналистики. Качественный продукт предполагает работу над совершенствованием разных аспектов творческой деятельности: содержательной моделью номера, расширением массово-организационных форм работы, более активным взаимодействием с интернет-ресурсами, привлечением новой аудитории – молодежи и этнических меньшинств. Повышает потенциал творческих ресурсов и механизм конвергенции – объединение технологий производства и обнародования медиапродукта, произведенного в местных условиях. Для реализации творческого потенциала районных газет необходима и систематически налаженная профессиональная переподготовка кадров местной печати.

**В заключении** диссертационного исследования подводятся итоги работы, формулируются обобщения и рекомендации, вытекающие из содержания диссертации. Автор приходит к выводу, что роль районных газет в информационном пространстве региона напрямую определяется полнотой раскрытия их творческих потенциалов в процессе созидательной деятельности.

**Основные положения диссертации нашли отражение в следующих работах:**

**Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных журналах, определенных ВАК:**

1. Радионцева Е.С. Новации в стратегической деятельности местных газет // Омский научный вестник. – 2006. – №9(47), декабрь. – С. 93-95.

2. Радионцева Е.С. «Ежедневный «Я»: конвергенция медиа начинается с «районк» // Филология и человек – 2008 – №2 – С.119-124.

**Другие публикации:**

3. Радионцева Е.С. Проблемно-тематические приоритеты районной прессы // Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. Сборник материалов научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2006. – С. 280-281.

4. Радионцева Е.С. Районная пресса Омской области: жанровое своеобразие // Книга и мировая культура. Материалы межрегиональной научно-практической конференции / отв. ред. В.И. Хомяков, Е.М. Смирнова. – Омск: Вариант-Омск, 2006. – С. 168-174.

5. Радионцева Е.С. Судьба районной прессы: мажорные аккорды в минорных вариациях // Литература и журналистика в современном научном контексте: Сборник научных статей. – Омск: Вариант-Омск, 2006. – С. 59-64.

6. Радионцева Е.С. Редактор районки: менеджер или публицист? // Формат: журнал для журналистов и полиграфистов. – 2006. – №2 – С. 48-51.

7. Радионцева Е.С. Молодое поколение: районная пресса в поисках своей аудитории // Молодежь в науке и культуре XXI века / Материалы V Всероссийской научной конференции молодых ученых, аспирантов и соискателей. 2 ноября 2006 года. Ч. II. / ЧГАКИ. – Челябинск, 2006. – С. 242-245.

8. Радионцева Е.С. Организатор или публицист: редактор районной газеты в поисках самоопределения // Гуманитарное знание. Серия «Преемственность»: Сборник научных трудов. Ежегодник. Выпуск 10. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2007. – 140 с. – С. 35-38.

9. Радионцева Е.С. Как выжить изданию в цифровом мире, или Откуда начинается медийная конвергенция // Медиабизнес – 2008 – №4 (10) – С. 41-44.