

ТОЛСТОУХОВА Н. А.

## РЕГИОНАЛЬНАЯ РЕДАКЦИОННАЯ СЕТЬ КАК ТИПОФОРМИРУЮЩИЙ ПРИЗНАК ОБЩЕРОССИЙСКОЙ ГАЗЕТЫ

В статье дается определение понятию «Региональная редакционная сеть общероссийской газеты», аргументируется положение о том, что наличие региональной редакционной сети следует считать вспомогательным типоформирующим признаком общероссийской газеты современного типа.

**Ключевые слова:** региональная редакционная сеть газеты, корреспондентская сеть газеты, общероссийская газета, «Комсомольская правда», «Российская газета», типология периодической печати.

Tolstoukhova N. A.

### Regional branch offices' network of as a typological feature of an All-Russian newspaper

The author gives a definition of the term «regional branch offices' network of All-Russian newspaper», and demonstrates that it has become an important feature of modern type of All-Russian newspaper.

**Keywords:** Regional branch offices' network, All-Russian newspaper, typological features, Russian press, system of mass-media in post-Soviet Russia.

Исследователи отечественной периодической печати [2, с. 47] отмечают, что из-за отсутствия современных масштабных исследований типологической направленности сложно сформировать конечный список типологически значимых характеристик газет, отвечающих формату общероссийского издания. Чаще всего в их число включают величину аудитории (большая часть населения страны) и ареал распространения издания (большая часть территории страны).

Ученые [1, с. 161] склонны считать, что общероссийской газеты в чистом виде не существует в сегодняшнем медийном пространстве России, потому что одному печатному периодическому изданию крайне сложно удержать пространство, связать страну единым информационным полем. Не оспаривая этой точки зрения, автор приходит к выводу, что наличие у издания развитой региональной сети приближает ее к типу общероссийской газеты, то есть является еще одним типоформирующим признаком, который дополняет описанные выше.

Региональная редакционная сеть – это совокупность филиалов, представительств, дочерних компаний газеты как юридического лица, а также компаний, работающих на основе франшизы, выпущенной газетой, которые функционируют на территории конкретного субъекта федерации (или группы субъектов), занимаются освещением событий, происходящих на подконтрольной им территории, выпускают собственные вклады в основную газету, отрабатывают заявки центральной редакции на производство материалов, публикуемых в

основном объеме газеты, а также занимаются привлечением региональных рекламодателей и распространением издания в своем регионе.

От собкоровской сети центральной газеты советского времени сеть региональных редакций постсоветской федеральной газеты в первую очередь отличается тем, что помимо местного контента с региональных представителей газеты стали спрашивать еще и доходы в общую казну.

На наш взгляд, необходимость включения региональной редакционной сети в число типобразующих признаков общероссийской газеты обусловлено рядом причин. Во-первых, отлаженное функционирование сети региональных редакций газеты позволяет решать проблему распространения издания в самых отдаленных уголках страны.

Во-вторых, наличие региональной сети редакций делает газету более интересной для читателя «на местах». Благодаря тому, что контент издания создается там же, где живет человек, оно становится ближе к кругу его повседневных проблем, и, как следствие, имеет больше шансов попасть в сферу его внимания.

Сегодня ярким примером общероссийской газеты, имеющей развитую редакционную сеть, является «Российская газета». Мы проанализировали три редакции устава «Российской газеты» как юридического лица и обнаружили, что уже в первой из них прямо указано, что «в соответствии с законодательством редакция вправе учреждать филиалы, представительства, отделения, корреспондентские пункты и другие обособленные подразделения, в том числе имеющие право открытия текущих и расчетных счетов». Поименованы филиалы не были, поскольку сеть только формировалась. В редакции устава 2008 года все существовавшие на тот момент филиалы были перечислены, их общее количество достигало 76. Не все из них обладали правом вести хозяйственную деятельность, но число сотрудников региональной сети, штатных и внештатных, было самым большим за время существования издания.

Однако кризис 2008 года скорректировал планы руководства газеты, и число филиалов стало постепенно сокращаться. В уставе 2014 года поименован уже только 31 филиал. Из них, по информации директора филиала в городе Екатеринбурге Сергея Салыгина, правом вести хозяйственную деятельность обладают только 11. Во многих городах, где до 2008 года существовали полноценные филиалы, остались лишь корреспондентские пункты, в которых работает по одному-два внештатных журналиста. В Уральском федеральном округе примером может служить город Курган. В списке филиалов «РГ» версии 2008 года он значится, а сегодня там располагается лишь корпункт с одним внештатным журналистом, который выполняет задания редакции в Екатеринбурге и самостоятельно вкладку не выпускает.

До 2008 года большинство филиалов выпускали ежедневные однополосные вклады в «Российскую газету», этим и объяснялась необходимость иметь обширный штат сотрудников. В кризис 2008 года ежедневные вклады ликвидировали, а региональные редакции перешли на выпуск еженедельных четырехполосных вкладок в «Российскую газету» (формат А2) и «Российскую газету – Неделя»

(формат А3). При этом выпускают такие вкладки не все обозначенные в уставе филиалы. Несколько филиалов, сгруппированные по принципу территориальной близости, выпускают одну вкладку. Так, филиал в Екатеринбурге консолидирует журналистские материалы, полученные из корпункта в Кургане, филиалов в Челябинске и Тюмени, и по четвергам выпускает одну вкладку на социальную тематику в «Российскую газету – Неделя» и одну вкладку на экономическую тематику в ежедневную «Российскую газету».

Главный редактор отраслевого журнала «Журналистика и медиарынок» и секретарь союза журналистов России Владимир Касютин считает, что сокращение штата региональных редакций негативно сказывается на газете, претендующей на право считаться общероссийской, потому что как только корпункт газеты перестает действовать на той или иной территории, информационное покрытие этой территории в основной газете дает крен в сторону сообщений о ЧП, скандалах, громких преступлениях. Социально значимая информация из регионов со страниц газеты уходит, потому что из центра она недоступна и, как правило, центру малоинтересна.

Эксперты сходятся во мнении, что общенациональная газета должна просматриваться даже в небольших муниципальных образованиях. Наличие развитой сети региональных редакций способствует этому присутствию, а следовательно, может считаться типоформирующим признаком общероссийской газеты, основная цель и идеал которой – покрывать своим информационным полем пространство всей страны и удовлетворять потребность в информации всех ее жителей.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Реснянская Л. Л. Газета для всей России. Москва, 1999.
2. Типология периодической печати. Москва, 2009.