

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Соотношение формата и содержания федеральной и региональной
версий СМИ (на материале газеты «Комсомольская правда»)»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 521 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики

Кековой Юлии Михайловны

Научный руководитель
доцент, к.филол.н.

И.В. Бибина

Зав. кафедрой
профессор, д. филол. н.

В.В. Прозоров

Саратов
2020

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что развитие региональных средств массовой информации, их отделение от медийных структур федерального уровня, постепенное изменение формата и содержания региональных и федеральных изданий остаётся заметной тенденцией в медиапространстве.

За последние несколько десятилетий, благодаря развитию сферы телекоммуникационных технологий, произошли серьезные изменения в повседневной жизни людей. В настоящее время граждане могут практически моментально получить информацию о том или ином событии почти из любой точки мира в самые короткие сроки, используя при этом разнообразные средства массовой информации: печатные газеты, журналы, радиостанции, телевидение, сеть Интернет.

Средства массовой информации в современном мире стали самым важным и значительным источником данных о происходящих событиях, а также главным условием формирования общественного мнения, местной культуры и мировоззрения людей. СМИ проникли почти во все сферы жизни, освещая основные проблемы, которые существуют в обществе, заставляя зрителей или читателей задуматься о глобальных проблемах человечества и основных способах их преодоления.

Объектом исследования является соотношение федеральных и региональных средств массовой информации в современной России.

Предмет работы – соотношение федеральной и региональной версии издания «Комсомольская правда».

Целью исследования – анализ соотношения формата, функций и содержания федеральных и региональных средств массовой информации на примере общественно-политического издания «Комсомольская правда».

Основными задачами исследования являются:

- анализ особенностей формирования и функционирования региональных средств массовой информации;
- определение роли, места, функций и специфики региональных СМИ в системе управления российского общества;
- исследование специфики формата и содержания федеральных и региональных интернет-изданий;
- определение основных проблем региональных и федеральных средств массовой информации в контексте современной России;
- раскрытие особенностей взаимодействия и соотношение федеральных и региональных средств массовой информации на примере общественно-политического издания «Комсомольская правда».

Структура работы включает в себя введение, две главы, состоящие из пяти параграфов, заключение и список использованной литературы. Первая глава посвящена теоретическим основам функционирования региональных и федеральных средств массовой информации, а именно в ней раскрываются особенности формата и содержания интернет-изданий и специфика основных проблем современных СМИ в контексте современной России. Вторая глава представляет собой практический анализ, включающий в себя определение формата сайта и газеты на примере «Комсомольская правда», в ней проанализированы тематика и способы раскрытия повестки дня в региональной версии и её отличия от федеральной.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В рамках работы в **первой главе** исследовательская деятельность заключалась в рассмотрении вопросов **формирования и развития регионального СМИ** в теоретическом аспекте, в том числе **особенности формата и содержания издания**.

Как правило, на областном уровне многие сайты и газеты стараются быть максимально мультитематическими, но в информационных и аналитических материалах все равно преобладают данные, которые были подготовлены при участии субъектов влияния на них и на журналистов¹. Доказательством данной мысли может служить частое и прямое указание на конкретные организации и лица, публикации о них различных материалов на наиболее читаемых местах издания и частичное или полное отсутствие какой-либо критики в их адрес.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что наиболее существенным **фактором воздействия на содержание и функционирование региональных средств массовой информации** является значительное влияние властей, которые включают в себя все три уровня: федеральный, региональный и муниципальный. Очевидно, что наибольшей возможностью для создания политической повестки дня располагают первые два уровня.

Помимо властей, достаточно серьезное влияние на прессу способны оказывать политические партии и фракции. На сегодняшний день существует лишь несколько массовых партий с региональными отделениями в субъектах федерации, среди которых доминирующей остается партия «Единая Россия», которая по этой причине имеет возможность влиять на средства массовой

¹ Новак, А. А. Особенности формирования повестки дня региональных СМИ / А. А. Новак [Электронный ресурс] // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – № 1. – С. 129–144. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-povestki-dnya-regionalnyh-smi> (дата обращения: 10.06.2020). Загл. с экрана. Яз. рус.

информации и размещаемые в изданиях материалы. Однако зачастую распространенная для СМИ информация имеет большое значение для населения, например, создание партией какого-либо закона.

Издания, которые функционируют и освещают события в конкретном регионе страны, также можно считать эффективным каналом коммуникации для организаций, ведущих свою деятельность на территории соответствующего субъекта². Они позволяют точно воздействовать на ключевые аудитории региона, местные органы госвласти, представителей бизнеса и потребителей.

Как правило, региональные газеты и сайты, в том числе и «Комсомольская правда», насыщены новостными материалами о достижениях местных учреждений, об открытии новых торговых точек в регионе или городе, больниц и поликлиник, ресторанов и объектов социального значения. В целом в областных СМИ часто выступают главы региона и областного центра, представители крупных государственных и частных компаний, руководители ведомств, лидеры общественного мнения. Благодаря прессе в обществе складывается тот или иной образ власти, поскольку такие выступления в некоторых случаях помогают укрепить их репутацию и статус.

Если говорить об **особенностях регионального печатного СМИ**, то относительно количества тиражей издания на региональном уровне зачастую уступают прессе федерального уровня. При этом региональные издания многоязычны – СМИ выпускают материалы на всех языках российских народов, а также на языках европейских государств, стран Ближнего и Дальнего Востока.

Во второй главе выпускной квалификационной работы подробно раскрыто **понятие «формата»** на примере материалов газеты и сайта

² Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии: учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – С. 157. [Электронный ресурс] URL: <https://urait.ru/bcode/432025> (дата обращения: 07.06.2020). Загл. с экрана. Яз. рус.

«Комсомолки», а также проведен анализ взаимодействия между региональным и федеральным уровнями издания.

Несмотря на интенсивную эксплуатацию формата в качестве термина, в российской журналистике до сих пор нет его точной дефиниции. Для печатных СМИ под понятие «формата» попадают статьи, рубрики, заметки, разделы, цветное или черно-белое оформление, наличие или отсутствие иллюстраций, составляющие контент издания.

Количество, последовательность и расположение материалов на полосе задается форматом. Жанр определяет все, что относится к внутреннему содержанию статей и заметок, а формат в большей степени определяет техническую сторону всего процесса издания. Можно считать, что в целом понятие «формата» подразумевает определенную структуру медиапродукта.

«Комсомолка» в рамках формата характеризуется простыми стилистическими формами. Это означает, что в публикациях не часто встречаются специфические или профессиональные термины, которые могли бы вызвать недопонимание у читателя издания.

В печатных СМИ, как и в любых других, основными коммерческими задачами остаются продажа рекламы, продаваемость издания, привлечение новой целевой аудитории, то есть новых читателей, а также повышение степени доверия, а, следовательно, и увеличение степени влияния на людей. В этом контексте важную роль здесь играет не жанр подачи материала журналиста, а исключительно его формат³. Во многом именно из-за него будет меняться стоимость публикации рекламы. Цена за услугу также будет различаться и при том, где именно будет размещена реклама – на страницах газеты или на сайте. Обуславливается это тем, что различные форматы создаются разными средствами и имеют разную эффективность и скорость.

³ Лащук, О.Р. Термин «Формат» в массовой коммуникации / О.Р. Лащук [Электронный ресурс] // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. - 2010. - №6. - С. 40 [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/termin-format-v-massovoy-kommunikatsii> (дата обращения: 10.06.2020).

Размещение новостей и статей на сайтах позволяет СМИ доносить интересную или важную информацию, например, если речь идет о новом принятом законе, в несколько раз оперативнее, чем в печатной газете. Безусловно, это связано с самим процессом производства публикации. Размещение уже написанной публикации на каком-либо интернет-портале, как правило, не займет у выпускающего редактора издания более пяти минут рабочего времени. В газете же перед выходом издания в свет этот процесс будет более длительный.

«Комсомольская правда», предусматривающая как **формат газеты**, так и **формат сайта** в сети Интернет, является современным информационно-политическим изданием, направленным на информирование граждан о важных событиях города, если говорить о региональном выпуске, и страны в целом за сутки и за неделю. Среди тем, которые можно найти в издании – как и где провести свободное время с пользой, куда лучше поехать отдыхать, объяснение сложных экономических и политических процессов на доступном уровне и согласно мнению опрошенных экспертов, рассказы о жизни звезд, спортивные события в России и за рубежом. В так называемой «толстушке» – еженедельной газете – читатель сможет найти, кроме телепрограммы, еще и афишу мероприятий на неделю, и подробный гороскоп, выпускаемый раз в месяц.

Большинство материалов федерального и регионального выпусков одинаковы. Каждое из региональных изданий считается отдельным и самостоятельным, однако при этом печатать номера без соответствующего разрешения со стороны федерального главного офиса не всегда возможно. В некоторых случаях необходимо даже согласовывать с «федералами» размещение рекламы на страницах издания.

Разбирая вопрос различия информационной повестки на региональном и федеральном уровнях, можно сделать вывод, что, как правило, он весьма неоднозначен. Во многом этот процесс обуславливается информационными

поводами, которые имеют место непосредственно в том или ином населенном пункте.

На примере освещения темы распространения коронавирусной инфекции в Саратове и области и в России на сайте и в газете «Комсомольская правда» на региональном и федеральном уровнях можно заметить схожие параметры подачи материалов. Связано это с тем, что у областного издания есть так называемые кураторы, которые следят за продвижением издания и дают рекомендации регионам по правильному созданию новостей и статей, например, для сайта. Благодаря определенному набору слов, именуемых в профессиональной сфере «ключевиками» или «ключами», в регионе и на федеральном сайте удастся собрать большое количество просмотров. Порядок слов определяется тем, что именно ищут пользователи в Интернете и в каком порядке пишут слова по интересующей их теме.

Таким образом, можно сделать вывод, что региональная версия федерального издания «Комсомольской правды» отличается от федеральной прежде всего тем, что содержит региональные новости, которые только в редких, особо резонансных случаях могут оказаться в федеральной версии. Также отличия заключаются в работе редакции, которая «подчиняется» центральному аппарату руководства изданием.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог проведенной исследовательской работы, следует отметить, что формат федеральной и региональной версии «Комсомольской правды» схожи, но информационная повестка дня в них часто различается. На самом высоком уровне общественная повестка может представлять собой более универсальные новости, включая и обобщая все проблемы, темы и идеи, которые потенциально могут быть поняты и обсуждаемы в обществе.

На региональном сложно и не всегда оправданно передавать читателю федеральную повестку. Человек, находящийся за пределами инфопотока, если и будет воспринимать такую информацию, то скорее всего с неохотой, или испытывая трудности в восприятии публикации.

Региональные газеты всегда насыщены новостной информацией, однако их публикации преимущественно отражают достижения в работе местных компаний, торговых сетей, медицинских клиник или ресторанов. Федеральная и региональная повестки могут перекликаться между собой только в случае громкого резонансного события в обществе, когда в регионе происходит нечто значимое для федеральной повестки.

При этом областные руководители государственных и частных структур, лидеры общественного мнения также охотно выступают в региональных СМИ, поскольку это прекрасный инструмент укрепления их репутации и формирования о себе определенного, иногда именно желаемого, мнения⁴.

Обделять вниманием не нужно и интернет-СМИ. В регионах они занимают особое место, а их роль предстает как один из важных стратегических ресурсов развития области, отражающих экономические, политические и другие специфики, формирующие региональную идентичность.

⁴ Анникова, В. А. Средства массовой информации в современной России / В.А. Анникова // Вестник РУДН. Серия: Политология. – 2008. – №4. – С. 122.

Перспективой исследования представляется изучение того, как региональные повестки субъектов Российской Федерации отражаются в федеральных СМИ.

Керова Ю.М.

11.06.2020

Кер